

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Zhodnocení výsledku marketingu florbalového klubu

Assessment of Results of Floorball Club Marketing Analysis

Student: Pavel Suchánek

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Roman Minárik

Ostrava 2015

VŠB - Technická univerzita Ostrava  
Ekonomická fakulta  
Katedra managementu

## Zadání bakalářské práce

Student: **Pavel Suchánek**  
Studijní program: B6208 Ekonomika a management  
Studijní obor: 6208R101 Sportovní management  
Téma: Zhodnocení výsledků marketingu florbalového klubu  
Assessment of Results of Floorball Club Marketing Analysis

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
  2. Teoretické vymezení klíčových pojmů
  3. Charakteristika vybraného florbalového klubu
  4. Analýza marketingu vybraného florbalového klubu
  5. Shrnutí výsledků šetření, návrhy a doporučení
  6. Závěr
- Seznam použité literatury  
Seznam zkratk  
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce  
Seznam příloh  
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

DURDOVÁ, Irena. *Ekonomické aspekty sportovního managementu*. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2012. ISBN 978-802-4825-298.  
KOTLER, Philip a Kevin L. KELLER. *Marketing management*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5.  
KYSEL, Jiří. *Florbal: kompletní průvodce*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3615-0.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Roman Minárik**

Datum zadání: 21.11.2014

Datum odevzdání: 07.05.2015



doc. Ing. Petra Horváthová, Ph.D.  
vedoucí katedry

prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová  
děkanka fakulty

**Místopřísežné prohlášení studenta**

Prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci včetně příloh vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a uvedl jsem všechny použité podklady a literaturu. Přílohy použité v bakalářské práci mi byly poskytnuty florbalovým klubem 1.SC Bohumín '98.

V Ostravě dne 8.7. 2015



Pavel Suchánek

### **Poděkování**

Tímto bych rád poděkoval vedoucímu mé bakalářské práce Mgr. Romanu Minárikovi za cenné připomínky, rady a pomoc při zpracování práce.

Dále děkuji zástupcům florbalového klubu 1. SC Bohumín'98 za poskytnutí potřebných informací a materiálů nezbytných pro zpracování této bakalářské práce.

# Obsah

<b>1</b>	<b>ÚVOD .....</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>TEORETICKÉ VYMEZENÍ KLÍČOVÝCH POJMŮ .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1</b>	<b>Definice sportu.....</b>	<b>6</b>
2.1.1	Dělení sportu .....	6
<b>2.2</b>	<b>Marketing .....</b>	<b>6</b>
2.2.1	Sportovní marketing.....	8
<b>2.3</b>	<b>Manažer.....</b>	<b>8</b>
2.3.1	Sportovní manažer .....	9
<b>2.4</b>	<b>Reklama ve sportu .....</b>	<b>9</b>
2.4.1	Sportovní reklama .....	9
2.4.2	Druhy sportovní reklamy .....	9
<b>2.5</b>	<b>Funkce reklamy.....</b>	<b>10</b>
<b>2.6</b>	<b>Sponzorování ve sportu .....</b>	<b>10</b>
2.6.1	Formy sponzorování ve sportu.....	11
<b>2.7</b>	<b>Metody a techniky výzkumu použité v předkládané práci.....</b>	<b>13</b>
2.7.1	SWOT analýza.....	13
2.7.2	Vnitřní prostředí SWOT analýzy .....	13
2.7.3	Vnější prostředí SWOT analýzy:.....	14
2.7.4	Ostatní techniky a metody výzkumu .....	15
<b>2.8</b>	<b>Definice florbalu .....</b>	<b>16</b>
2.8.1	Historie florbalu ve světě .....	16
2.8.2	Florbal v České republice.....	17
<b>3</b>	<b>CHARAKTERISTIKA VYBRANÉHO FLORBALOVÉHO KLUBU .....</b>	<b>19</b>
<b>3.1</b>	<b>Historie 1. SC Bohumín'98.....</b>	<b>19</b>
3.1.1	Založení .....	19
3.1.2	Název .....	20

3.1.3	Brzy se začaly rodit první úspěchy klubu .....	20
3.1.4	První sezóny v oficiálních soutěžích. ....	21
<b>3.2</b>	<b>Současnost .....</b>	<b>22</b>
3.2.1	Členská základna 1. SC Bohumín'98 .....	23
3.2.2	Právní rozdělení klubu .....	24
3.2.3	Získané finanční prostředky klubu .....	26
<b>4</b>	<b>ANALÝZA MARKETINGU VYBRANÉHO FLORBALOVÉHO KLUBU .....</b>	<b>27</b>
<b>4.1</b>	<b>Marketingový mix .....</b>	<b>27</b>
4.1.1	Produkt .....	27
4.1.2	Cena .....	27
4.1.3	Místo .....	28
4.1.4	Propagace .....	29
<b>4.2</b>	<b>SWOT analýza 1. SC Bohumín'98 .....</b>	<b>34</b>
4.2.1	Silné stránky .....	34
4.2.2	Slabé stránky .....	35
4.2.3	Příležitosti .....	36
4.2.4	Hrozby .....	37
<b>4.3</b>	<b>Rozhovor se sportovním manažerem florbalového klubu 1. SC Bohumín'98 .....</b>	<b>39</b>
<b>5</b>	<b>SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ ŠETŘENÍ, NÁVRHY A DOPORUČENÍ .....</b>	<b>43</b>
<b>6</b>	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>45</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>46</b>
	<b>SEZNAM ZKRATEK .....</b>	<b>48</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH .....</b>	<b>51</b>

# 1 Úvod

Žijeme v době, kdy se stal sport nedílnou součástí každodenního života člověka. Vyvíjí se nové, moderní sporty a lidé mají nespočet možností výběru jakému sportu se věnovat. V poslední době je v České republice velice populární florbal. Tento rychlý dynamický sport je levný a nenáročný na materiální zajištění, proto se mu může věnovat téměř každý. Možná i to je důvod, proč popularita florbalu každým rokem stoupá a již teď je florbal sportem s druhou největší členskou základnou v České republice.

Florbalové téma pro bakalářskou práci jsem si vybral z důvodu, že se již řadu let aktivně věnuji florbalu v klubu 1. SC Bohumín'98.

**Cílem bakalářské práce je analýza marketingové situace tohoto klubu. Určit silné a slabé stránky fungování klubu od jeho založení v roce 1998 až po současnost. Přijít s návrhy na zlepšení situace a využití nové víceúčelové haly.**

Práce je rozdělena do dvou částí. První část, teoretická se věnuje vymezení veškerých klíčových pojmů, jakou jsou marketing, management, sportovní marketing, prvky marketingového mixu, sport a florbal. Následně popisuje charakteristiku florbalu, jeho základní pravidla a historii.

Druhá, praktická část nás seznámí s florbalovým klubem 1. SC Bohumín'98, jeho historií, managementem, týmy a dalšími aktivitami klubu. Dále nám manažer Jiří Habram přiblíží fungování klubu. Následně na základě SWOT analýzy jsou shrnuty výsledky marketingového fungování klubu a podány návrhy a doporučení.

Bakalářská práce vychází především z odborné literatury, jelikož se jedná o nejkvalitnější a nejdůvěryhodnější podklad. V praktické části je však čerpáno z internetových a interních zdrojů 1. SC Bohumín'98. Veškeré informace v této práci jsou založeny na pravdivých údajích.

## 2 Teoretické vymezení klíčových pojmů

V této části jsou teoreticky vymezeny veškeré pojmy a metody, objevující se v praktické části bakalářské práce.

### 2.1 Definice sportu

Slovo sport je anglosaského původu a odvozuje se od slova disport. Znamená obveselení, rozptýlení, vlastně útěk od práce, od povinnosti k zábavě. [1]

V dnešní době je sport součástí tělesné kultury. Sport se vyznačuje organizovaným soutěžením se snahou po co nejlepším výsledku.

#### 2.1.1 Dělení sportu

**Sport můžeme provozovat na několika úrovních:**

- na vrcholové úrovni - sportovec v takovém případě obvykle denně trénuje, často i několik hodin nebo na „plný úvazek“, účastní se soutěží na mezinárodní nebo alespoň národní úrovni. Sportovec se snaží dosahovat maximálních výkonů a výsledků. Sport se stává hlavní profesí jedince,
- na výkonnostní úrovni - obvyklý je pravidelný trénink v rozsahu několika jednotek až desítek hodin týdně, registrace v některém sportovním svazu a pravidelná účast v soutěžích. Sport není hlavní profesí jedince,
- na rekreační úrovni - příležitostné sportování v rozsahu maximálně několika hodin týdně, bez oficiální registrace v sportovním klubu či lize. Jedinec provozuje sportovní aktivitu ve svém volném čase, s cílem relaxovat, bavit se a regenerovat síly. [2]

### 2.2 Marketing

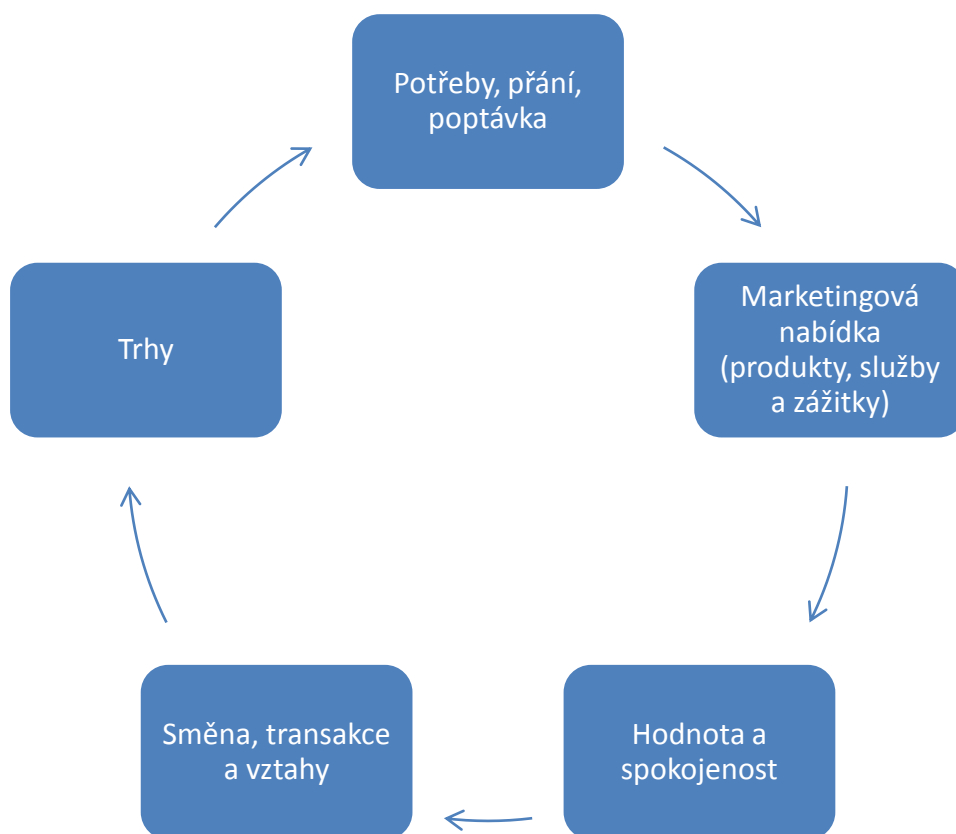
V dnešní době je marketing často používaným termínem, který se vyskytuje všude kolem nás. Ale co to vlastně marketing je? Velká část laické veřejnosti si pod tímto pojmem často představí pouze reklamu a s ní spjatý prodej. Další skupina lidí si představuje marketing jako snahu zaujmout, přesvědčit zákazníka a následně prodat produkt. Nejnovější definice hovoří o snaze prodejců uspokojovat potřeby zákazníků. [3]



Podle P. Kotlera (2007) *je marketing společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci a skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny produktů a hodnot.*

Samotný marketing začíná mnohem dříve, než prodejem, dříve, než je produkt na trhu, dokonce i mnohem dříve, než o něm zákazník vůbec něco ví. A to, aby se o produktu zákazníci dozvěděli, je práce manažerů. Tito manažeři mají za úkol: propagovat výrobek, určit jeho potenciál na trhu a dělat z obyčejného výrobku takový, který lidé budou kupovat, a který se bude prodávat takřka sám.

**Obrázek 2.1 Schéma klíčové marketingové koncepce**



*Zdroj: ČÁSLAVOVÁ, Eva. Management a marketing sportu. 1. vyd. Praha: Olympia, 2009, 225 s. ISBN 978-80-7376-150-9.*

### 2.2.1 Sportovní marketing

V poslední době je význam marketingu ve sportovním prostředí evidentní. Může za to nárůst volného času a zájmu o sport.

Podle autorů Mullin, B., J., Hardy, S., Sutton, W., A. (2000, s. 99) „*Sportovní marketing vyznačuje všechny aktivity beroucí v úvahu podněty a přání sportovních zákazníků a jejich naplnění prostřednictvím směny. Sportovní marketing vyvinul 2 hlavní linie: marketing sportovních výrobků a služeb vztahený přímo k zákazníkům sportu a marketing ostatních zákazníků a průmyslových produktů a služeb s využitím propagace ve sportu.*“

Marketing je velice významný hlavně pro sportovní organizace zabývající se výrobou sportovního zboží jako jsou dresy, sportovní vybavení, textilní výrobky a další doplňky. Ale ne jen tyto organizace se mohou prosadit ve sportovním prostředí. V dnešní době firmy sponzorují kluby, hráče nebo celé soutěže. [4]

### 2.3 Manažer

Osobnost manažera je spojována s plněním cílů, které osobě a jeho kolektivu byly svěřeny. Od manažera je při plnění úkolů očekávána tvůrčí účast, stanovení cílů a jejich zajištění. Takový pracovník realizuje řídicí činnost, pro kterou je vybaven určitými kompetencemi. Aby byl manažer ve své pracovní kariéře úspěšný, musí mít několik vlastností – tyto můžeme rozdělit na vlastnosti vrozené a získané. Mezi vrozené patří např. organizační schopnosti, schopnost empatie, vrozená inteligence, dominance a další. Mezi získané vlastnosti můžeme zařadit takové vlastnosti, které manažer získává studiem či praxí. [5]

#### **Základní manažerské funkce:**

- Plánování – zahrnuje úkoly, postupy a další činnosti vedoucí k dosažení stanovených cílů,
- Organizování – sestavuje účelnou strukturu v organizaci. Zaručuje, že všechny úkoly potřebné k dosažení cílů jsou přiděleny lidem, kteří jsou schopni je plnit co nejlépe,
- Personalistika – hlavně výběr a rozmístění lidí,
- Vedení lidí - Ovlivňování lidí v organizaci tak, aby ji byli prospěšní. (styl vedení, motivace, přístup manažerů, komunikace),
- Kontrolování – měření, úpravy individuálních i celkových aktivit tak, aby byly v souladu s plánem organizace. Hodnocení výsledků a měření úspěšnosti. [5]

### **2.3.1 Sportovní manažer**

Sportovní manažer musí ovládat základy všeobecného managementu, které dále uplatňuje v zaměstnání spojeném se sportem, či tělesnou kulturou. Zároveň musí mít znalosti z oblasti marketingu, prodeje atd. Podle J. B. Parkse existuje nespočet požadavků na člověka, který má vykonávat funkci sportovního manažera. Mezi takové požadavky patří organizační schopnosti, schopnost empatie, základní znalosti rozpočtu a účetnictví, komunikační dovednosti, práce s médii, znalosti z oblasti financování, prodeje, legislativy a spousta dalších.[1]

## **2.4 Reklama ve sportu**

Reklama je význačnou součástí managementu a marketingu. Ve sportovním prostředí se používá pojem sportovní reklama. Jedná se o specifické a dynamicky se rozvíjející prostředí.

Podle Čáslavové (2009) je reklama placenou formou neosobní prezentace výrobků, služeb nebo myšlenek určitého subjektu (firmy, instituce nebo jiné organizace) prostřednictvím komunikačních médií. Mezi obecná média, kterých reklama využívá, patří zejména televize, rozhlas, denní tisk, časopisy, plakáty a film. Specifická média jsou využívána v oblasti tělesné výchovy a sportu.

### **2.4.1 Sportovní reklama**

Pod pojmem sportovní reklama si představíme reklamu, která je spjata se sportovním prostředím a využívá specifických médií komunikace z oblasti sportu. Patří sem např. dresy a výstroj sportovců, sportovní nářadí a náčiní, startovní čísla, mantinely (reklamní pásy), výsledkové tabule a ukazatele (ve formě transparentů nebo videotabulí) atd. [4]

### **2.4.2 Druhy sportovní reklamy**

**Podle využití uvedených komunikačních médií se obvykle uvádějí následující druhy sportovní reklamy:**

- reklama na dresech a sportovních oděvech,
- reklama na startovacích číslech,
- reklama na mantinelech (reklamních pásech),

- reklama na sportovním nářadí a náčiní,
- reklama na výsledkových tabulích.

## 2.5 Funkce reklamy

**Reklama může plnit funkce:**

- **funkce informační:** důležitá v počátcích existence produktu, kdy je nutné zvýšit poptávku. (informuje o: novém produktu, změně ceny, způsobu užívání produktu, novém užívání již známého produktu a nových službách),
- **funkce přesvědčovací:** má význam v prostředí intenzivní konkurence. Působí na vytváření selektivní poptávky, tj. poptávky po produktu určitého konkrétního výrobce. (smyslem je: posílení preference zboží určité firmy, snaha o získání zákazníků konkurenta, potlačení obav zákazníka spojených s užíváním produktu, posílení image firmy v mysli zákazníka, změna image produktu, tlak na okamžitý nákup),
- **funkce upomínací:** uplatňuje se především ve stadiu zralosti produktu a jejím účelem je připomenout zákazníkovi výrobek nebo službu, kterou již dobře zná. [4].

V dnešní době je sport významným fenoménem. Milióny lidí po světě sport provozují nebo sledují. To nemohlo nechat chladné firmy a tak se jejich zájem stočil i do tohoto odvětví, jelikož se ze sportovních příznivců stávají potencionální zákazníci. Důležitým reklamním motivem je i vysoké společenské postavení, prestiž i image předních světových sportovců. [4]

## 2.6 Sponzorování ve sportu

Sponzorování představuje významný specifický prostředek k zabezpečení dostatečných finančních zdrojů, sloužících k realizaci zejména vědeckých, společenských, kulturních, charitativních a dalších aktivit v různých sférách života společnosti. V tomto směru nečiní výjimku ani tělovýchovné, sportovní a turistické organizace, spolky, kluby, avšak i jednotlivci, usilující o získání finančních prostředků pro jejich mnohočetnou a rozsáhlou činnost. Toto je zcela nepochybně hlavní důvod, proč sponzorování i přes řadu dočasných problémů, prochází dynamickým vývojem také ve vztahu k oblasti sportu. [4]

## **2.6.1 Formy sponzorování ve sportu**

### **Sponzorování jednotlivých sportovců**

Tato forma je nejvíce rozšířena ve vrcholovém sportu. Osobnosti sportovců jsou zároveň gestory kvality a úspěchů aktuálních výrobků či služeb podnikatele, resp. podniku. Sportovec dostává mimo finanční podpory často i další materiální pomoc, jako je sportovní oblečení, vybavení nebo vozidlo.[4]

### **Sponzorování sportovních klubů**

Uvedená forma sponzorování dnes u nás hojně přešla i do výkonnostního sportu a sportu pro všechny.

Sponzor poskytuje zejména finance, sportovní vybavení, ubytovací služby, dopravu, automobily.

Sponzorovaný tým nabízí především reklamu na dresech, mantinelech (nebo jiných plochách), reklamu prostřednictvím inzerátu, opatření na podporu prodeje – autogramiády apod. jako u jednotlivého sportovce. [4]

### **Sponzorování sportovních akcí**

U tohoto typu sponzorování výrazně stoupají možnosti, které lze nabídnout sponzorovi: zejména je využívána plejáda reklamních možností od programového sešitu, vstupenek, reklamy o přestávkách a po uvádění titulu „hlavní sponzor“ akce. [4]

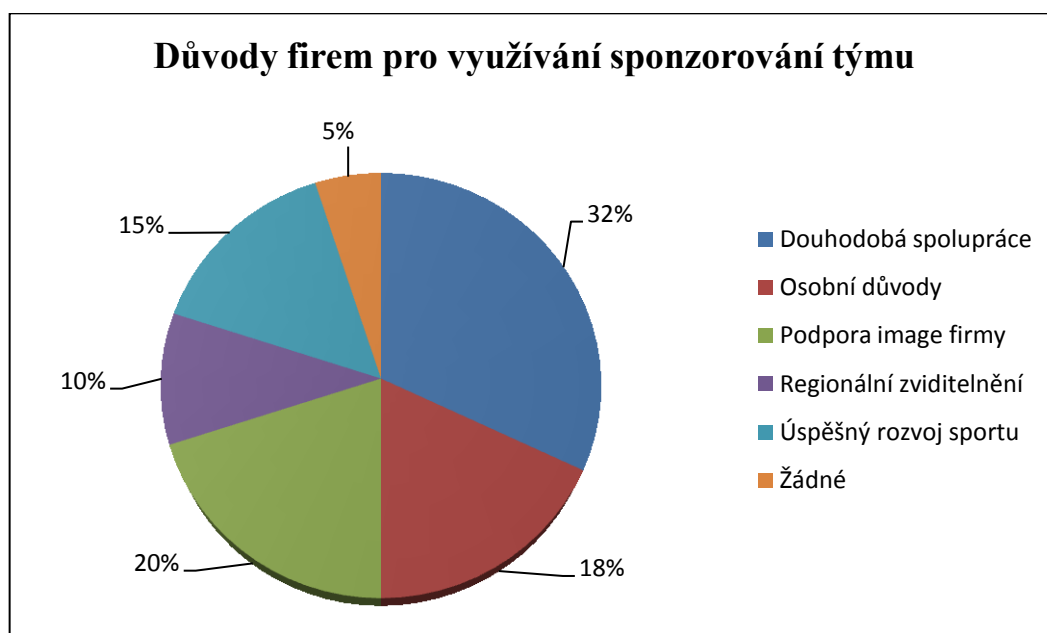
### **Sponzorování sportovních klubů**

Tato forma sponzorování přináší nejširší možnosti z hlediska činností, které lze nabídnout sponzorovi. Tím, že např. sportovní klub disponuje jak sportovci, sportovními družstvy, svými profesionálními odděleními, pořádá sportovní akce atd., jde širka nabízených protivýkonů do velkého rozmezí. Klub nabízí produkty, které vznikají prostřednictvím jeho sportovní činnosti mistrovské soutěže, soustředění atd.). [4]

### **Sponzorování ligových soutěží**

V posledních letech využívají velké firmy možnosti stát se partnerem ligových soutěží. V ČR tato situace dominuje především ve fotbale a ledním hokeji. Firmy, které představují partnery, mají svá firemní označení v názvu soutěže (např. Gambrinus liga) a využívá multifunkční prezentace na všech stadionech klubů zúčastněných v soutěži s dopadem na přímého diváka, tak i na veřejnost sledující masmédiu. [4]

**Graf 2.1 Důvody firem pro využívání sponzorování týmu**



*Zdroj: DURDOVÁ, Irena. Sportovní management. 1. vyd. Ostrava: Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava, 2002, 121 s. ISBN 8024801302.*

## **2.7 Metody a techniky výzkumu použité v předkládané práci**

### **2.7.1 SWOT analýza**

SWOT analýza vychází ze strategického auditu trhu, na jehož základě zjišťujeme silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Název analýzy tvoří první písmena anglických slov, která jsou:

S → Strengths → Silné stránky

W → Weaknesses → Slabé stránky

O → Opportunities → Příležitosti

T → Threats → Hrozby

#### **SWOT analyzuje**

- vnitřní prostředí, kde zkoumá a hodnotí silné a slabé stránky;
- vnější prostředí, ve kterém klade důraz na příležitosti a hrozby.

### **2.7.2 Vnitřní prostředí SWOT analýzy**

#### **Silné stránky**

Zde řadíme faktory, které jsou pro firmu nenahraditelné. Díky těmto faktorům si firma dokáže udržet svou pozici na trhu. Příklady silných stránek firmy:

- image, historie, povědomí mezi zákazníky,
- kvalita produktu,
- používání speciálních technologií,
- vedoucí pozice na trhu,
- nízká cena.

#### **Slabé stránky**

Tady řadíme faktory, které fungování firmy oslabují. Příklady slabých stránek firmy:

- zastaralá technologie a zařízení,
- špatná kvalita,
- nedostatečná propagace,
- vysoké ceny výrobku a náklady na výrobu,
- špatná či neexistující strategie firmy.

### 2.7.3 Vnější prostředí SWOT analýzy:

Zde se vyhodnocují příležitosti a hrozby.

#### Příležitosti

Příležitost je chápána jako schopnost využívat možnosti, které se nabízí k růstu a rozvoji či zvyšování příjmů. Příklady příležitostí firmy:

- oslovení nových zákazníků,
- vstup na nové trhy, odstranění bariér vstupů na určitý trh,
- nové technologie,
- rozšíření oblasti zákazníků a spotřebitelů,
- nové inovace.

#### Hrozby

Ohrožení pro podnik z důvodu nepříznivých situací na trhu, nebo nepředvídatelných změn v podnikatelském okolí. Jsou překážky v podnikání, které způsobují vznik bariér, stagnaci nebo dokonce úpadek podniku. Podnik je nucen reagovat na tyto hrozby rychle. Snaží se hrozby eliminovat a minimalizovat škody. Příklady hrozeb firmy:

- konkurence na trhu,
- nové bariéry trhu,
- nepříznivá politika vlády,
- zpomalený růst trhu,
- měnící se preference zákazníků. [3]

**Obrázek 2.2 SWOT analýza**



Zdroj: <http://www.sunmarketing.cz/nastroje/slovník/swot-analyza>



## 2.7.4 Ostatní techniky a metody výzkumu

### Marketingový mix

Jedná se o významný soubor nástrojů prodeje, které jsou vzájemně propojené. Vedení podniku s nimi tak může jakkoliv pracovat, nebo je měnit. Obsahuje v sobě vše, čím může firma ovlivňovat poptávku, komunikovat se zákazníky a zvyšovat zisk.

**Tento systém nástrojů dělíme do 4 skupiny, které nazýváme „4P“:**

- Produkt (Product) – fyzický produkt nebo služba. Rozhoduje o kvalitě, vzhledu, značku, obalu. Snaží se výrobek co nejvíce přiblížit zákazníkovi, aby ho zaujal a byla po něm poptávka,
- Cena (Price) – musí být určená v takové výši, aby podniku přinášela zisk, ale zároveň aby byla přijatelná pro zákazníka,
- Distribuce (Place) – výběr co nejlepšího místa pro prodej. (distribuční cesty, články, systémy),
- Komunikační mix (Promotion) – informuje a snaží se propagovat produkt. Má za úkol dostat produkt do povědomí zákazníků, aby si ho kupovali. Toho dosahuje pomocí nástrojů (reklama, osobní prodej, vztahy s veřejností, podpora prodeje) [8].

### Rozhovor

V současné době je rozhovor jednou z nejpoužívanějších technik. Je to technika shromažďování dat získaných bezprostřední komunikací mezi výzkumníkem a respondentem. [9]

#### Typy rozhovorů

- standardizovaný rozhovor:

Rozhovor, kdy má tazatel předem připravený text, podle kterého postupuje. Respondentovi čte otázky. Otázky nedoplňuje vlastním komentářem, pouze zaznamenává odpovědi respondenta. Do výhod standardizovaného rozhovoru můžeme zařadit, to že každý respondent má stejné podmínky. Nevýhodou může být složitější kontakt mezi osobami, které rozhovor provádějí.

- nestandardizovaný rozhovor:

Rozhovor může vypadat jako běžná komunikace. Tazatel má však přesně daný cíl, ke kterému díky přesně kladeným otázkám směřuje. Výhodou tohoto typu rozhovoru je snadnější navození patřičné atmosféry a kontaktu. Mezi nevýhody patří nestejně podmínky pro respondenty.

- další druhy rozhovorů:

Tajný, diagnostický, terapeutický, telefonický, počítačový, atd. [6]

## **2.8 Definice florbalu**

Florbal je kolektivní halový sport, který je často přirovnávám k jiným kolektivním sportům jako je hokej, či pozemní hokej. Tyto sporty se však od sebe dost liší a to především v jednoduchých pravidlech florbalu a sportovním vybavení.

Florbal proti sobě hrají dvě družstva s cílem nastřílet soupeři více branek. Hraje se na hřišti o rozměrech nejčastěji 20x40m ohraničeném nízkými plastovými mantinely. Při standardní herní situaci je na hřišti na každé straně v jednu dobu 5 hráčů s florbalovými holemi v poli a jeden brankář, který strelám čelí bez hole, tedy pouze vlastním tělem. Hraje se s dutým, děrovaným, plastovým míčkem.

K samotné hře hráč potřebuje pouze florbalovou hůl a halovou obuv. Florbalovému brankáři jsou většinou půjčeny věci na chytání z klubu.

Tyto důvody vedou k tomu, proč se florbal stává jedním z nejoblíbenějších českých kolektivních sportů. V roce 2011 se dostal dokonce před hokej na 2. místo hned za fotbal. Popularitu zaručuje množství gólů, krásných přihrávek, triků a nebývalých zvrátů ve skóre. V roce 2013 přišlo 10 451 sportovních fanoušků na mužském finále a stanovilo historický rekord v návštěvnosti na halovém sportu v ČR. Bezespору se jedná o sport budoucnosti s ohromným potenciálem. [7]

### **2.8.1 Historie florbalu ve světě**

#### **Vznik v USA**

Vznik florbalu je spjatý s jiným sportem a to baseballlem. Florbalový míček byl vyvinut baseballisty. Plastový, děrovaný míček byl podobných rozměrů jako baseballový, a tak ho používali k tréninku nadhazovačů

## **Vznik ve Skandinávii**

I přesto, že první krůčky zaznamenala hra podobající se dnešnímu florbalu v zámoří, počátky organizovaného florbalu jsou spojovány se zeměmi skandinávského poloostrova.

Ve Švédsku se počátky hry zvané „innebandy“ datují na začátek sedmdesátých let, finské „salibandy“ se začalo objevovat až o několik let později. Již od počátku udávají tyto dvě země směr a vývoj florbalu. Především Švédsko je číslo jedna. Podobně jako ve fotbalu Anglie, nebo v hokeji Kanada, je Švédsko považováno za kolébkou florbalu. To také zorganizovalo první mezinárodní zápasy a nyní udává směr pro vývoj pravidel. Švédsko není jen skvělé v dospělých kategoriích, ale je také známo svou prací s mládeží, proto vydává metodiky tréninku a příručky, podle kterých se ostatní země řídí a zdokonalují.

## **Švýcarský unihockey**

Vlastní cestou se ubíral florbal ve Švýcarsku. Jmenuje se unihockey, a dlouho dobu byl pro něj charakteristické, že hrál brankář po vzoru hokeje s hokejkou. Kvůli velikému zájmu, ale malému počtu vyhovujících tělocvičen, se ve Švýcarsku prosadil florbal na dvou různých velikostech hřiště.

Grossfeld – klasický velký florbal hrající se na vrcholové úrovni v nejvyšších soutěžích v počtu 5+1.

Kleinfeld – malý florbal, hrající se na malém hřišti ve výkonnostně nižších soutěžích v počtu 3+1.

Dnes se k nejvyspělejšími zemím vedle Švédska, Finska a Švýcarska řadí i Česká republika.

## **2.8.2 Florbal v České republice**

### **Začátek ve Finsku**

Florbal se do České republiky dostal třemi způsoby. První setkání s florbalem v České republice se pravděpodobně událo díky výměnnému pobytu studentů pražské VŠE se studenty z finské univerzity KY. To se událo v roce 1984. Na svou návštěvu Čech si Finové přivezli sadu florbalových holí a malá tělocvična v Praze se tak stala místem historicky prvního zápasu mezi Čechy a Finy. Finové v Česku hokejky nechali, a tak si mohli vysokoškoláci v čele s průkopníky českého florbalu Michalem Bauerem a Petrem Chaloupkou, celý rok chodit hrát až do doby, než všechny hokejky zničili.

## **Švédská inspirace Střešovic**

V Česku nebylo možné florbalové hokejky sehnat, a tak nastala dlouhá pauza od florbalu, která trvala až do roku 1991. Tentokrát díky bratrům Vaculíkovým, kteří přivezli florbalové vybavení ze země florbalu zaslíbené – Švédska. Díky této cestě se začal hrát florbal v historicky neúspěšnějším českém klubu – Střešovicích. Skupina bývalých studentů VŠE kolem Bauera opět vzala hokejky do rukou a začali se scházet a hrát florbal.

## **Florbal pronikl i do Jaroměře a Ostravy**

Třetí cesta florbalu do Čech je spjata s východočeskou Jaroměří, kde přijel švýcarský unihokey Mettmensstetten Unicorns, kteří zde byli na předsezónním soustředění v roce 1992.

Marcel Pudich, to je člověk, který zajistil rozšíření florbalu až na samotný východ republiky do Ostravy. Pudich spolupracoval s firmou VDG, prvními průkopníky florbalu v Čechách, a přivezl z Prahy florbalové vybavení do Ostravy. Díky němu se začaly na Severní Moravě pořádat florbalové turnaje.

## **První mantinely z Maďarska**

Historický mezníkem pro český florbal se stala návštěva Maďarska, průkopníků ze Střešovic. Češi si odsud dovezli první opravdové mantinely, díky kterým se mohly začít hrát první turnaje a sport získával stále více na popularitě. Na těchto mantinelech se také odehrály první oficiální zápasy kvalifikace o 1. ligu a první ročník první florbalové ligy v roce 1993. Během dalších let se florbal začal postupně rozšiřovat do dalších koutů České republiky. Velká centra florbalu vznikala kromě Prahy hlavně v Ostravě a Brně. Dnes je florbal 2. nejrozšířenějším sportem v Česku.[10]

### 3 Charakteristika vybraného florbalového klubu

V této části se blíže seznámíme s florbalovým klubem 1. SC Bohumín '98.

#### 3.1 Historie 1. SC Bohumín '98

Obrázek 3.1 Historické logo 1. SC Bohumín '98



Zdroj: <http://www.florbalbohumin.cz/cz/historie/>

##### 3.1.1 Založení

V Bohumíně se začal švédský národní sport – florbal - hrát v březnu roku 1996. Skupina mladých lidí, sdružených v kroužku florbalu při místním Domě dětí a mládeže, původně nekoketovala s myšlenkou hrát florbal na jiné než rekreační úrovni. Postupem času se přece jen začalo zvažovat nad začleněním družstva do České florbalové unie. A tak se vedení klubu rozhodlo přihlásit družstvo mužů do nově vznikající 5. ligy. To se uskutečnilo v březnu roku 1998, kdy byl klub pod složitým názvem 1. SC TJ ŽD Bohumín '98 přijat jako člen do České Florbalové Unie (dále jen ČFbU).

### **3.1.2 Název**

Původní název zněl pouze 1. SC Bohumín'98. (zkratka SC je převzata z finštiny, kde znamená Saalibandy Club – česky tedy florbalový klub). Číslice '98 připomíná rok 1998, ve kterém byl klub oficiálně založen. Okamžitě po přihlášení do české florbalové unie se zástupci klubu rozhodli požádat bohumínskou Tělovýchovnou jednotu Železářny a drátovny o začlenění.

Tímto krokem zástupcům klubu odpadly starosti s vedením účetnictví a dalších dokumentů, na druhou stranu však museli přijmout rozvětvení klubového názvu právě o zkratku tohoto subjektu (TJ ŽD). Od sezóny 2001/2002 se již v oficiálních materiálech zkratka Tělovýchovné jednoty neuvádí, neboť TJ ŽDB se přestala finančně podílet na rozpočtu klubu.

Klub tedy začal vystupovat pod původním názvem 1. SC Bohumín'98, u mládežnických kategorií se přidala ještě zkratka DDM, pod jehož záštitou družstva vystupovala. V roce 2002 se klub vyčlenil z TJ ŽDB a získal tak svou právní subjektivitu.

### **3.1.3 Brzy se začaly rodit první úspěchy klubu**

Jen několik týdnů po založení klubu sehráli muži 1. SC TJ ŽD Bohumín'98 několik tréninkových utkání, ve kterých si nevedli vůbec zle. Toto byl impuls pro uspořádání vlastního turnaje v tělocvičně bohumínského DDM.

Jelikož parametry tělocvičny neodpovídaly regulím ČFbU, zúčastnilo se turnaje pouze 6 týmů. Záštitu nad touto historicky první akcí bohumínských florbalistů převzal starosta města Ing. Petr Vícha, který věnoval společně s naším hlavním sponzorem, společností Bochemie, ceny pro nejlepší týmy. Výsledky turnaje bohumíňáky velice překvapil a dodal jim elán do dalších let. Tým mužů 1. SC Bohumín'98 A obsadil v turnaji „o pohár starosty města“ 1. místo, když ve finále porazil třetiligový tým FBC Ostrava B. Až na dalších místech skončily mnohem zkušenější a ligu ostřílené týmy.

### 3.1.4 První sezóny v oficiálních soutěžích.

Tučným písmem je v kronikách bohumínských florbalistů uveden poslední srpnový víkend roku 1998. Na tento víkend bylo pozváno 20 družstev z celé Moravy do Ostravy, kde se konal kvalifikační turnaj o 8 volných míst do 4. ligy. V historicky prvním utkání 1. SC TJ ŽD Bohumín'98 porazil Charons Havířov 7:1, dále si poradil s Pepinem Český Těšín 6:1, podlehl Orlové těsně 2:3 a s týmem Sokola Havířov remizoval 6:6. Společně s Orlovou si tak družstvo zajistilo postup do 4. Ligy. Ostatní celky zůstaly v momentálně nejnižší 5. lize.

Další sezóna a další postup. Ve 4. lize divize východ II. poznal Bohumín jak chutná porážka až v 10. kole. Ve zbývajících 12 zápasech už Bohumín přemohitele nenašel a zajistil si postup do 3. celomoravské ligy z 1. příčky. V následující sezóně bohumínští platili v úvodu sezóny nováčkovskou daň. Ze 4 úvodních zápasů se jim podařilo jen jednou remizovat a pohybovali se na samém chvostu tabulky. Zlepšené výkony v následujících zápasech tým katapultovaly až na bronzovou příčku a jako jediní v celé soutěži se mohli pochlubit skalpem suverénně postupujícího Vsetína.

Úvod sezóny 2000/2001 se Bohumínu vydařil skvěle a zdálo se, že se tým popere o postup do vyšší ligy s North Stars Ostrava. Osm porážek v řadě však znamenalo sestup do spodních pater tabulky záchranu na poslední chvíli.

V sezónách 2001/2002 a 2002/2003 nadále pokračovala krize bohumínského florbalu, která vyvrcholila sestupem klubu do 1. regionální ligy.

Sestupem nastala nová éra klubu. Vedení pochopilo, že musí pracovat s mládeží. Klub se tedy stabilizoval a podle nově nastavené koncepce začal přihlašovat týmy mládežnických kategorií.

V Bohumíně se otevřela příprava pro děti od šesti let, mladší a starší žáci a také junioři, kterým se podařilo postoupit do 2. celostátní ligy. S postupem času v Bohumíně přibývali kvalifikovaní trenéři, kteří se věnovali práci v mládežnických kategoriích.

Kvalitní práce se začala projevovat a vyvrcholila v sezóně 2005/2006 v největší mládežnický úspěch a to postup na mistrovství České republiky starších žáků v Liberci. Zde tým obsadil 12. místo a v anketě o bohumínský sportovní kolektiv roku obsadil 1. místo. V sezóně 2007/2008 se již druhé generaci bohumínských juniorů podařilo postoupit do 2. celostátní ligy. Nyní se obě generace potkávají v mužské kategorii a vedení do nich vkládá velké naděje.[14]

## 3.2 Současnost

Před sezónou 2014/2015 došlo ke sloučení s Fermente Bohumín. Kluby nadále působí v soutěžích ČFbU pod hlavičkou 1. SC Bohumín '98.[13]

V této sezóně také florbalisté z Bohumína poprvé nastupují před vlastními diváky v nově vybudované víceúčelové hale.

Po sloučení s Fermente se stal z Bohumína silný regionální klub se širokou členskou základnou. V současnosti v klubu působí 150 aktivních hráčů rozdělených do 5 týmů působících v rámci ČFbU. Další členové jsou vedeni v přípravce, která se zatím neúčastní ligových soutěží.

**Obrázek 3.2** Současné logo klubu



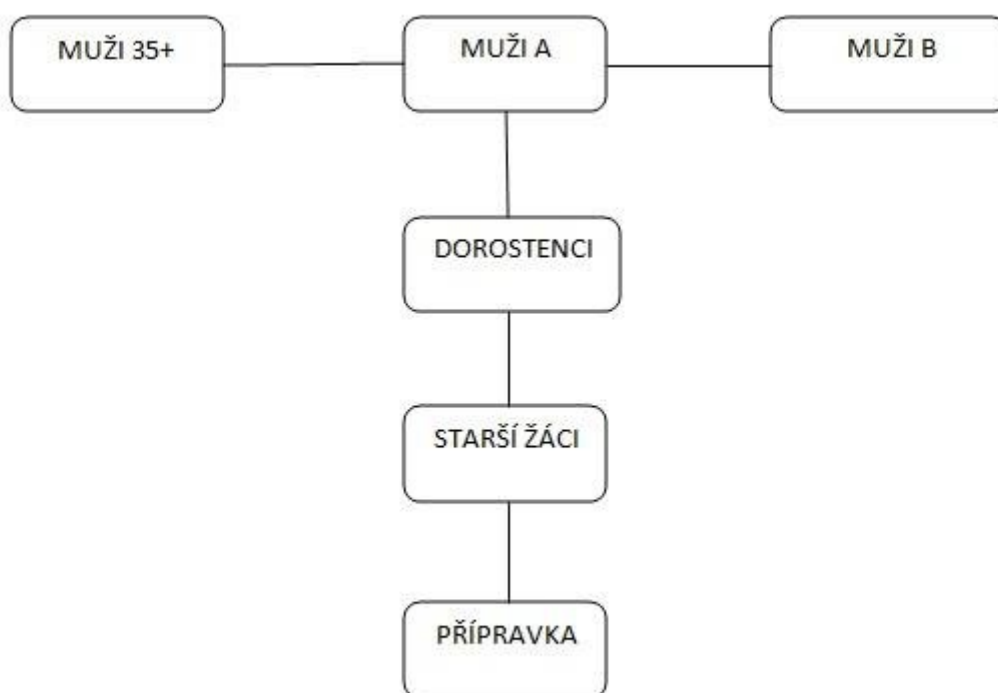
Zdroj [www.florbalbohumin.cz](http://www.florbalbohumin.cz)



### 3.2.1 Členská základna 1. SC Bohumín '98

- Muži “A”- Regionální liga mužů – skupina 7;[11]
- Muži “B”- Moravskoslezský přebor muž,
- Muži “35+”- Moravskoslezská liga veteránů,
- Dorostenci – Moravskoslezská liga dorostenců,
- Starší žáci – Moravskoslezský přebor starších žáků,
- Přípravka.[12]

**Obrázek 3.3 Schéma týmů pro sezónu 2014/2015**



*Zdroj: vlastní zpracování*

### 3.2.2 Právní rozdělení klubu

**Popis činností, které vykonávají členové organizačního týmu (viz obrázek 3.4):**

Předseda

- Zastupuje klub při podepisování smluv a dohod,
- Nakládá s finančními prostředky klubu,
- Schvaluje rozpočet navržený jednatelem klubu,
- Schvaluje hráčské změny v klubu.

Místopředseda

- V případě nepřítomnosti předsedy ho zastupuje a přebírá všechny jeho funkce.

Jednatel

- Zodpovídá za chod klubu,
- Podílí se na sestavování rozpočtu a kontroluje jeho plnění,
- Shání sponzory,
- Disponuje s běžným účtem klubu,
- Komunikuje s médii a orgány ČFbU,
- Vybírá členské příspěvky,
- Schvaluje hráčské změny v klubu.

Šéftrenér mužů

- Zodpovídá za chod mužské složky,
- Organizuje dopravu na zápasy a turnaje,
- Dohlíží na trenéry mužských kategorií,
- Vyjednává přestupy a hostování.

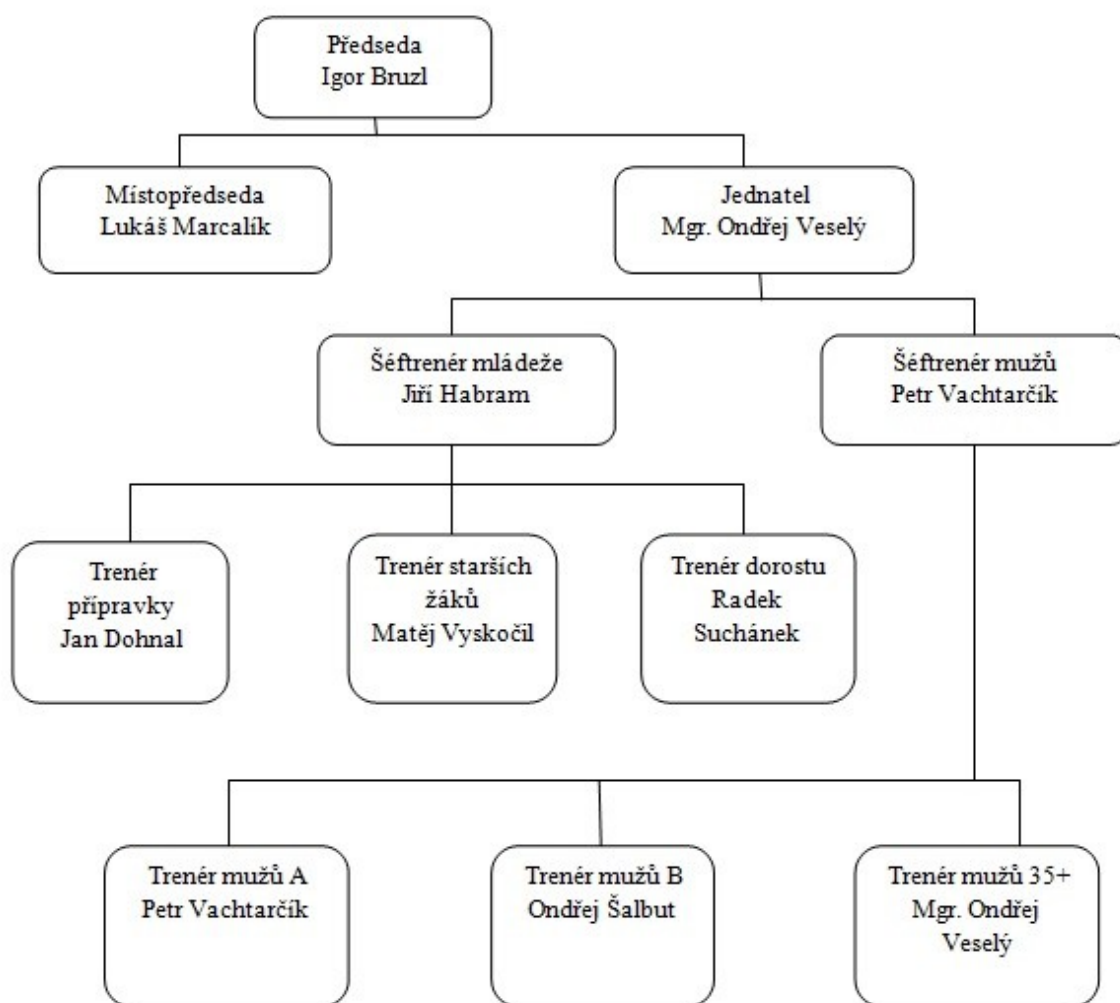
Šéftrenér mládeže

- Zodpovídá za chod mládežnické složky,
- Organizuje dopravu na zápasy a turnaje,
- Dohlíží na trenéry mládežnických kategorií,
- Udává koncepci týmů,
- Vyjednává přestupy a hostování hráčů.

## Trenéři

- Zodpovídají za své družstvo;
- Vedou tréninkové jednotky;
- Vedou týmy na zápasech a turnajích;
- Vytváří taktiku;
- Komunikují s managementem klubu;
- Podílí se na morální výchově hráčů.

**Obrázek 3.4 Schéma organizační struktury 1. SC Bohumín '98**

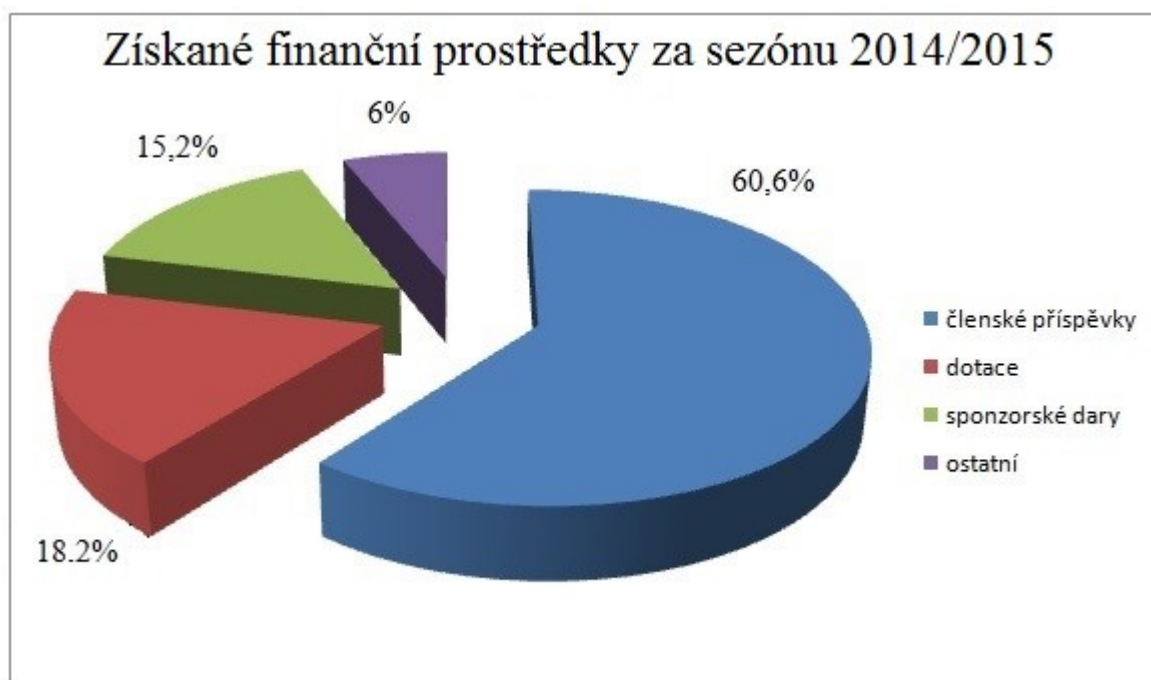


*Zdroj: vlastní zpracování*

### 3.2.3 Získané finanční prostředky klubu

Příjmy florbalového klubu 1.SC Bohumín'98 se dělí na 3 základní složky : dotace a příspěvky města Bohumín, sponzorské dary a členské příspěvky. I přes nízkou výši členských příspěvků, kterou můžeme vidět v tabulce 4.1, se podařilo klubu v sezóně 2014/2015 vybrat bezmála 200 000 Kč. Tvoří tak většinu příjmů klubu. Dalším důležitým finančním zdrojem jsou dotace města Bohumín, které každoročně, částkou okolo 60 000 Kč, přispívají na mládež 1.SC Bohumín'98. V neposlední řadě, finanční prostředky klubu tvoří sponzorské dary v podobě peněžních prostředků a služeb. Výše sponzorských darů se v sezóně 2014/2015 vyšplhala na 50 000 Kč. V letošní sezóně klub vyinkasoval, pronájmem mantinelů a certifikovaných branek, částku 20 000 Kč. V budoucnu by klub chtěl profitovat i ze vstupného na domácí zápasy, které momentálně nejsou zpoplatněny.

**Graf 3.1 Získané finanční prostředky za sezónu 2014/2015**



*Zdroj: vlastní zpracování na základě poskytnutých informací vedením klubu*

## **4 Analýza marketingu vybraného florbalového klubu**

Tato kapitola je zaměřená na analýzu marketingu florbalového klubu 1. SC Bohumín'98. K vlastní analýze byly využity veškeré výzkumné metody uvedené v teoretické části této práce. Analýza pomocí marketingového mixu, SWOT analýza, rozhovor s manažerem Jiřím Habramem, či pozorování.

### **4.1 Marketingový mix**

Reprezentuje strategickou pozici produktu na trhu pomocí 4 nástrojů.

#### **4.1.1 Produkt**

Hlavním produktem florbalového klubu pro hráče je zejména u dětských a mládežnických kategorií působení a smysluplné využití volného času v rámci nespecifické prevence rizikových projevů chování.

Rodičům a široké veřejnosti nabízí možnost shlédnout florbalová utkání.

Zapojení dětí do sportu, chování hráčů a funkcionářů, reprezentace města v rámci Moravskoslezského kraje a kvalitní propagace klubu na internetových a facebookových stránkách, které přináší zájem sponzorů a umožňuje získávání finančních prostředků nutných pro činnost klubu.

Klub také nabízí širokou škálu klubového oblečení, které je možno zakoupit na již zmiňovaných internetových stránkách. Na těchto stránkách si může návštěvník přečíst o historii, prohlédnout fotografie ze zápasů či turnajů, prohlédnout přehledné tabulky apod.

Dalším produktem, který klub nabízí jsou florbalové turnaje, které již řadu let pořádá. Jedná se o „City Cafe open“ pro mládež, „Women's Cup“ pro ženy a „O pohár 1. SC Bohumín'98“ pro muže.

#### **4.1.2 Cena**

Důležitým faktorem marketingového mixu je cena. V rámci moravskoslezské ligy, kterou hraje bohumínský „A“ tým, nejsou zpoplatněny vstupy na jednotlivá utkání. Rovněž neligové turnaje, které jsou pořádány bohumínským klubem, nejsou zpoplatněny. Klub tudíž nemá příjmy z prodeje vstupenek.

Finanční prostředky nutné pro chod klubu zajišťují členské příspěvky hráčů, finanční podpora města Bohumín a v neposlední řadě příjmy z reklamy a sponzorských darů.

**Tabulka 4.1 Členské příspěvky pro sezónu 2014/2015**

<b>Tabulka členských příspěvků</b>	
<b>Kategorie</b>	<b>Výše příspěvku</b>
Přípravka	1 000 Kč
Starší žáci	1 480 Kč
Dorost	1 980 Kč
Muži 35+	1 500 Kč
Muži B	2 500 Kč
Muži A	2 800 Kč

*Zdroj: vlastní zpracování*

#### **4.1.3 Místo**

Od založení klubu do srpna 2014 byla hlavním místem poskytování služby tělocvična DDM Bohumín. Jelikož tělocvična neměla rozměry standardního hřiště, využíval klub k tréninkům a pořádání turnajů sportovní halu TJ Mittal Ostrava. V letním období využíval klub k pořádání turnajů plochu zimního stadiónu v Bohumíně nebo hřiště na Kuželně.

V srpnu 2014 byla otevřena nová sportovní hala, která je ve vlastnictví města a florbalový klub musí platit pronájem hrací plochy. Domácí zápasy a turnaje jsou v současné době pořádány v domácím prostředí, což vede ke zvýšení návštěvnosti. Hala je snadno dostupná jak pro veřejnou dopravu, tak i pro auta, pro která je u haly dostatek parkovacích míst. Hala se nachází ve sportovním areálu, jehož součástí je zimní stadión, krytý bazén, adventure golf a restaurace s možností ubytování.

#### 4.1.4 Propagace

Základním úkolem propagace je zviditelnění klubu v očích diváků, občanů města Bohumín a přilehlého okolí. Jako další povinností klubu je zajišťovat sponzorům stálý přísun informací o činnosti klubu, o jeho akcích, výsledcích a cílech do budoucna.

V současnosti klub využívá k propagaci tyto nástroje:

- Reklama,
- Sponzoring,
- Direct marketing,
- Podpora prodeje,
- Internet.

#### Nástroje propagace

Reklama- je prostředkem k zviditelnění klubu a jeho jména. K tomuto účelu využívá klub těchto prostředků:

- Tisk- městské noviny OKO,
- Média- Televizní informační kanál města, TV Marko,
- Internet- oficiální webové stránky klubu ([www.florbalbohumin.cz](http://www.florbalbohumin.cz)),
- Facebookové stránky klubu

[https://www.facebook.com/florbalbohumin?fref=ts.](https://www.facebook.com/florbalbohumin?fref=ts)

Webové stránky klubu jsou v současnosti na vysoké úrovni, poskytují hráčům i fanouškům aktuální informace o dění v klubu, výsledky jednotlivých týmů, fotogalerii apod.

Klub rovněž poskytuje reklamu, jako protislužbu sponzorům za poskytnuté finanční prostředky, umístěním loga sponzorů na dresech, mantinelech, bannerech a internetových stránkách klubu.

#### Sponzoring

1. SC Bohumín '98 je v Bohumíně jediným florbalovým klubem, proto je pro mnoho sponzorů velice zajímavým a klubu se tak daří s těmito sponzory navazovat spolupráci.

#### Seznam sponzorů

Podle finančních příspěvků a druhů protislužeb rozděluje typy sponzorů.

- Generální partner – Město Bohumín – viz příloha 4,
- Hlavní partner – DDM Fontána, City Cafe, Beskydská stavební a.s. Třinec,
- Partneři- reklamní agentura Faine, Web evolution,

- Dále spolupracuje s atletickým klubem Bohumín a barem Co kdyby...[15]

Direct marketing – Klub využívá k rozšiřování členské základny oslovování dětí a mládeže při nábořích v základních školách a na turnajích pro neregistrované hráče.

Direct marketing je také využíván k oslovování firem a podnikatelů na území města, které by mohly prostřednictvím sponzoringu klub podporovat.

Podpora prodeje- Je zajišťována prodejem reklamních předmětů – reklamní dresy, tréninkové i volnočasové oblečení s logem klubu.

V rámci turnajů a soutěží klub rozdává trička a samolepky s klubovým logem.

Internet- Zdrojem informací pro hráče i fanoušky jsou oficiální webové stránky klubu. Klub má rovněž vytvořen facebookový profil. Prostřednictvím sociální sítě jsou fanoušci blíže svému klubu, sledují zde nejnovější události, mají možnost shlédnout fotografie a videa bezprostředně po utkání, nebo si sdělovat své názory a připomínky.

### **Propagace klubu**

K propagaci klubu 1. SC Bohumín'98 výrazně přispívají florbalové turnaje, které bohumínský klub již řadu let organizuje.

Mezi nejvýznamnější patří:

### **City Cafe open**

Klub 1. SC Bohumín'98 v rámci svého zviditelnění každoročně uskutečňuje jednodenní náborový turnaj přímo na hlavní třídě města. Turnaj je určený pro mladší a starší žáky. Plakát tohoto mládežnického florbalového turnaje je uvedený v Příloze 1.

Cíl turnaje:

- Seznámení dětí s florbalem,
- Zvýšení zájmu o florbal,
- Upevňování mezilidských vztahů,
- Začlenění do kolektivu,
- Radost ze sportování,
- Smysluplné a cílené trávení volného času.

.Turnaje se může zúčastnit prakticky kdokoliv, kdo splňuje tyto podmínky:

- souhlas rodičů,
- zdravotní potvrzení od lékaře, že jsou zdravotně způsobilí,
- odevzdání řádně vyplněné přihlášky.



Klub disponuje přenosným florbalovým povrchem - tarkettem o rozměrech 16x8, který se rozloží na hlavní třídě naproti kavárny City Cafe. Organizační tým přiveze také vlastní klubové mantinely a malé branky. Účastníci náborového turnaje mají k dispozici šatny v podobě mobilního altánu a toalety v prostorách City Cafe. Celý turnaj organizuje florbalový klub za pomoci a podpory města Bohumín, Nadace OKD, City Cafe, sport core.cz, TV Marko, T.I.K. a DDM Bohumín. Příloha 3 obsahuje Žádost o dotaci z města na pořádání turnaje City Cafe open v roce 2011.

Publicita turnaje je realizována pomocí těchto prostředků:

- Letáky, které jsou distribuovány cílovým skupinám, jako je mládež, děti, rodiče s dětmi, školy, organizace se sportovním zaměřením aj.,
- Články v tisku – Deník, městské noviny OKO,
- Internetové stránky – florbalový klub Bohumín, město Bohumín, Dům dětí a mládeže Bohumín, K3 Bohumín, City Cafe, Co kdyby...,
- On-line videoprezentace v síti městských kaváren City Cafe a Co Kdyby...,
- Reklama na mantinelech,
- Tisková konference se zástupci médií,
- Relace v místních médiích – Televizní Informační Kanál Bohumín.

Díky své popularitě tento turnaj již překročil hranice města a v současné době ho bohumínský klub pořádá také v Ostravě a Havířově pod názvem Co kdyby...open. Viz Příloha 5, která obsahuje Žádost o poskytnutí nadačního příspěvku Nadace OKD na uspořádání turnajů City Cafe open a Co kdyby...open

### **O pohár 1. SC Bohumín '98**

Tento turnaj je pravidelně organizován v posledním srpnovém týdnu. V roce 2014 byl poprvé po 11 letech trvání uskutečněn v nové víceúčelové hale v Bohumíně.

Turnaj je určen pro kategorii mužů.

Cíl turnaje:

- Příprava na novou ligovou sezónu,
- Propagace florbalu ve městě,
- Zvýšení zájmu o florbal mezi mládeží,
- Utužování mezilidských vztahů.

V minulých ročnících se turnaje zúčastnily týmy jako:

IBK Tre Kronor, Citrus Team, Hřebík Team, FBC Start Praha, FBC Remedicum Ostrava, FBC Start Praha by Amatéri.cz, SK P.E.M.A. Opava, Z.F.K. Petrovice, Fermente Bohumín a další.

Pořadatelem turnaje je 1. SC Bohumín'98 a DDM Bohumín. Hlavními partnery akce je město Bohumín, City Cafe, restaurace Majak, TV Marko, [www.sport-up.cz](http://www.sport-up.cz), [www.sport-core.cz](http://www.sport-core.cz).

Hraje se dle pravidel ČFbU, na dodržování těchto pravidel dohlížejí licencovaní rozhodčí.

Vítěz turnaje získává pohár věnovaným klubem 1. SC Bohumín'98 a finanční odměnu 4000Kč. Druhý a třetí tým v pořadí si odnáší pohár, diplom a ceny od partnerů akce.

Historicky nejúspěšnějším týmem je tým FBC Start Praha by Amatéri.cz, kteří se stali vítězi v letech 2011, 2012 a 2013.

Publicita turnaje je realizována pomocí těchto prostředků:

- Články v tisku – Deník, městské noviny OKO,
- Internetové stránky – florbalový klub Bohumín, město Bohumín, Dům dětí a mládeže Bohumín, K3 Bohumín, City Cafe,
- On-line videoprezentace v síti městských kaváren City Cafe,
- Reklama na mantinelech,
- Tisková konference se zástupci médií,
- Relace v místních médiích – Televizní Informační Kanál Bohumín;
- Facebookové stránky klubu a sportovní haly.

### **Bospor Women's cup**

Ve dnech 6. a 7. září 2014 se v Bohumíně a Ostravě poprvé konal elitní ženský florbalový turnaj Bospor Women's cup. Plakát tohoto ženského turnaje je v Příloze 2.

Pořadatelem je 1. SC Bohumín'98 a sport-up.cz za grantové podpory „Ostrava – Evropské město sportu“ a města Bohumín. Mezi partnery turnaje také patří Bospor Bohumín, DDM Bohumín, City Cafe, restaurace Maják, TV Marko, sport-up.

Turnaje se zúčastnila ženská reprezentace ČR pod Miroslava Janovského, dále mistryně ČR a Slovenska a další extraligové týmy z České republiky a Slovenska.

Týmy turnaje:

- Reprezentace ČR – 4. tým z posledního MS,
- 1. SC Vítkovice OXDOG – úřadující mistr ČR,
- FBK Tvrdošín – úřadující mistr Slovenska,
- Crazy girls FBC Liberec – 5. místo v extralize ČR,
- TJ JM FAT PIPE Chodov - 3. místo v extralize ČR,
- ŠK 98 Pruské – 3. místo slovenské ligy.

Cíl turnaje:

- Příprava reprezentace,
- Zkoušení nových hráčů v reprezentaci,
- Příprava týmů na sezónu,
- Propagace ženského florbalu,
- Zvýšení zájmu o florbal ve městě.

Vítěz turnaje získá pohár a finanční odměnu 4 000,- Kč (příp. navíc bonus 1 000,- Kč v případě, že projde turnajem bez prohry (remíza nebo výhra po samostatných nájezdech již bonus nepřináší Druhý a třetí tým pohár a další ceny od partnerů akce

## 4.2 SWOT analýza 1. SC Bohumín'98

V této kapitole si popíšeme SWOT analýzu florbalového klubu 1. SC Bohumín'98.

**Tabulka 4.2 Přehledná tabulka SWOT analýzy**

<b>Silné stránky</b>	<b>Slabé stránky</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Jediný klub ve městě</li><li>• Silná podpora města</li><li>• Nízké příspěvky</li><li>• Silné zázemí v DDM</li><li>• Kvalifikovaní trenéři</li><li>• Dlouhá tradice florbalu ve městě</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Malá členská základna</li><li>• Dlouhodobě nevyhovující prostory</li><li>• Působení v nižších soutěžích</li><li>• Špatný přístup hráčů</li><li>• Malá fanouškovská základna</li><li>• Klub bez ženské složky</li></ul>
<b>Příležitosti</b>	<b>Hrozby</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Spolupráce s okolními kluby</li><li>• Spolupráce s novými sponzory</li><li>• Zvyšování členské základny</li><li>• Zviditelnění florbalu ve městě</li><li>• Pořádání florbalových kempů</li><li>• Využití nové sportovní haly</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Konkurence velkých měst</li><li>• Jiné sportovní oddíly ve městě</li><li>• Nezájem dětí a mládeže o sport</li><li>• Nezaměstnanost v kraji</li><li>• Odchody hráčů</li><li>• Zdražení sportovních zařízení</li></ul>

*Zdroj: vlastní zpracování*

### 4.2.1 Silné stránky

**Jediný klub ve městě** - Do roku 2014 působily na území města dva nezávisle na sebe fungující florbalové kluby 1. SC Bohumín'98 a Fermente Bohumín. Z důvodu nedostatečné členské základny klubu Fermente, došlo v roce 2014 ke sloučení klubu s 1. SC Bohumín'98. V současné době tedy působí na území města pouze jediný florbalový klub – 1. SC Bohumín'98.

**Podpora města** - Město Bohumín každoročně podporuje chod klubu finančním příspěvkem, je rovněž stálým partnerem pořádaných klubových turnajů a akcí. Starosta, místostarosta a člen rady města jsou aktivními členy klubu. Místostarosta Bohumína Igor Bruzl je jedním ze zakladatelů klubu a současným předsedou klubu.

**Nízké příspěvky-** Klub má jedny z nejnižších příspěvků z celého Moravskoslezského kraje. Nízké příspěvky přispívají k tomu, aby finance nebyly pro rodiče rozhodujícím činitelem při výběru sportu pro své děti. Florbal je tedy dostupným sportem i pro děti z rodin s nižšími příjmy.

**Silné zázemí v DDM** – Od svého založení našel klub silné zázemí v DDM Bohumín. Jeden z členů vedení klubu je současně ředitelem DDM Bohumín. Tyto prostory poskytují hráčům veškerý komfort a výhody – výhodná cena pronájmu tělocvičny, vlastní šatny, posilovnu, saunu.

**Kvalifikovaní trenéři** – V čele všech týmů stojí trenéři s licencií cfbu. Bohumínští trenéři dosahují odbornosti postačující k trénování extraligových týmů. Kvalifikovanost je opravdu silnou stránkou, o kterou se klub může dlouhodobě opírat.

**Dlouhodobá tradice florbalu ve městě** – Chod klubu se datuje od roku 1998. Florbal se v Bohumíně těší velké oblibě jak mezi dětmi, tak mezi dospělými. Mnoho hráčů z týmu mužů začínalo v klubu od přípravy a postupně procházelo všemi kategoriemi. Klub ve spolupráci s DDM Bohumín každoročně organizuje městské kolo ve florbalu, kterého se účastní týmy všech bohumínských základních škol. Cílem těchto turnajů je propagace klubu mezi dětmi a nábor nových hráčů. Důležitým faktorem zvyšování zájmu o florbal ve městě je dobrá práce vedení klubu, které se podílí na chodu klubu i organizaci pravidelných turnajů, což zvyšuje zájem občanů města o florbal.

#### **4.2.2 Slabé stránky**

**Malá členská základna** – Klub se dlouhodobě potýká s malým zájmem dětí o sport. Většina rodičů své děti nepodporuje v jejich sportovní kariéře, nemotivuje je k dosahování lepších výsledků. Dospělí hráči odcházejí ze studijních či pracovních důvodů mimo město. Některým pracovní povinnosti neumožňují pravidelný trénink a účast na všech ligových utkáních.

**Dlouhodobě nevyhovující prostory** – Až do srpna 2014 hráči trénovali v tělocvičně, která nemá rozměry standardního hřiště, neumožňuje nácvik herních situací a správné taktiky při hře pět na pět. Domácí zápasy nemohl klub organizovat v domácím prostředí.

**Působení v nižších soutěžích** – Žádnému z týmu se nedaří postoupit do některé z vyšších soutěží. Nejlepší hráči z klubu mající vyšší ambice, proto přestupují do okolních klubů, které hrají vyšší ligu. Ze stejného důvodu nemají hráči z okolních klubů zájem přestoupit do 1. SC Bohumín'98. Vstupné na zápasy nižší ligy není zpoplatněno, klubu tedy neplynou příjmy z prodeje vstupenek.

**Špatný přístup hráčů** – Hráči klubu jsou amatérští sportovci, nemají z působení v klubu příjmy, proto dávají přednost svým pracovním a rodinným záležitostem. Většina hráčů je spokojena s účastí v nižší lize, nemá dostatečné ambice pro postup do vyšší ligy.

**Malá fanouškovská základna** – Protože ve městě až do roku 2014 nebyla hala splňující parametry ligových utkání, pořádal klub domácí zápasy mimo město. Fanoušci byli většinou pouze z řad rodinných příslušníků, kamarádů a známých hráčů. Návštěvnost se dá vyjádřit pouze v řádu desítek.

**Klub bez ženské složky** – Klub se řadu let snaží přivést ženy k florbalu, ale bohužel Bohumín je město tance. Na jeho území působí dvě taneční skupiny s velkou členskou základnou a tradicí. Jedinou možností vidět v Bohumíně ženský florbal je od loňského roku turnaj Bospor Women's Cup.

#### **4.2.3 Příležitosti**

**Spolupráce s okolními kluby** – Klub by se měl snažit navázat užší spolupráci, s některým z větších okolních klubů, která by přinesla oboustranný užitek. Nejlepší hráči z Bohumína by našli možnost hrát vyšší soutěž a naopak hráči z vyšší soutěže, kteří nemají tak vysoké herní vytížení, by mohli hostovat v bohumínském klubu. Tím by se zamezilo odchodům nejlepších bohumínských odchovanců bez finančního vyrovnání. Další spolupráce by byla možná na trenérské úrovni, kde by mohli bohumínští trenéři čerpat zkušenosti od trenérů z vyšší ligy.

**Spolupráce s novými sponzory** – K zabezpečení chodu klubu a pořádání klubových turnajů je nutné získávání finančních příspěvků od sponzorů, klub tedy musí usilovat o zviditelnění se a dostatečnou propagaci ve městě, což by mohlo v budoucnu přinést zájem dalších sponzorů.

**Zvyšování členské základny** – Klub musí začít navyšovat svou členskou základnu od dětských kategorií. Cílem klubu je mít po jednu týmu v každé kategorii (přípravka, elevové, mladší žáci, starší žáci, dorostenci, junioři). Tohoto cíle lze dosáhnout každoročním nábořem dětí na základních školách, pořádáním turnajů City Cafe open, Co kdyby... open a kvalitními výsledky dosavadních týmů před domácími diváky.

**Zviditelnění florbalu ve městě** – Možnost zviditelnění florbalu ve městě vidí klub v jeho medializaci – příspěvky o konaných akcích a výsledcích v městských novinách OKO, reportáže z ligových utkání a turnajů v městské televizi. Další možnosti vyplývají ze sociálních sítí, větší aktivity na facebooku a případného založení účtu na twitteru. Zájem o florbal by mohl rovněž pomoci větší účast hráčů na florbalových turnajích.

**Pořádání florbalových kempů** – Bohumínský odchovanec Václav Buček je v současnosti manažerem české florbalové reprezentace mužů. Každoročně pořádá po celé republice florbalové kempy pro mládež. Jelikož má Bohumín vhodné zázemí k pořádání akce takového formátu, mohl by usilovat o to, aby se některý z kempů uskutečnil i pod taktovkou bohumínského klubu.

**Využití nové sportovní haly** – Klub se pomalu, ale jistě zabydluje v domácí hale, kde může pořádat veškerá domácí ligová utkání, florbalové turnaje a v budoucnu i florbalové kempy pro děti a mládež. Nová sportovní hala umožňuje zkvalitnit tréninkové jednotky. Domácí prostředí také zvyšuje fanouškovskou základnu a zájem o florbal ve městě.

#### 4.2.4 Hrozby

**Konkurence velkých měst** – V okolních velkých městech působí florbalové kluby hrající vyšší ligové soutěže. Bohumínský klub se neustále potýká s potencionální hrozbou přestupu nejlepších hráčů klubu ke konkurenci.

**Jiné sportovní oddíly ve městě** – V Bohumíně má velkou tradici fotbal a tanec. Taneční skupina Radost a Impuls Bohumín každoročně dosahuje úspěchů na světové úrovni, což je velká motivace pro děti věnovat se právě tomuto sportu. Proto je v Bohumíně florbal až na třetím místě a musí tvrdě bojovat o každého nového člena.

**Nezájem dětí a mládeže o sport** – Vlivem moderních technologií se děti čím dál tím více uzavírají ve svém virtuálním světě, komunikují spolu prostřednictvím sociálních sítí a ztrácí zájem o jakoukoliv sportovní činnost. Proto je čím dál tím těžší získávat nové hráče a rozšiřovat členskou základnu.

**Nezaměstnanost v kraji** – Ztráta zaměstnání a snížení rodinných příjmů často vede k tomu, že rodiče nejsou schopni dítěti zakoupit sportovní vybavení, platit členské příspěvky a další náklady spojené s florbalem. Bohumínský klub se s těmito problémy bohužel setkává i v kategorii mužů.

**Odchody hráčů** – Už v dětských kategoriích se klub potýká s odchodem hráčů do klubů, které jim mohou nabídnout lepší materiální vybavení a tréninkové možnosti. V dětských kategoriích se často stává, že děti přecházejí k jiným sportům. V kategorii dospělých opouštějí svůj klub z důvodu přestupu do vyšší soutěže, kvůli škole či práci.

**Zdražení sportovního zařízení** – Stěhování do nové haly klubu přineslo zdražení pronájmu tělocvičny a s tím související vyšší náklady na chod klubu. Případné další zdražování pronájmu haly by mohlo v budoucnu přinést nutnost navýšení členských příspěvků, což by mohlo mít za následek další odchod hráčů a s tím související snížení členské základny.



## 4.3 Rozhovor se sportovním manažerem florbalového klubu

### 1. SC Bohumín '98

Pro rozhovor jsem si vybral jednoho z nejpovolanějších lidí v klubu – Jiřího Habrama. V klubu působí již řadu let a prošel řadou pozic. V době rozhovoru působil jako sportovní manažer klubu. V současné době působí jako šéftrenér mládežnické složky klubu a současně asistent trenéra mužů „A“. Tímto bych chtěl poděkovat, že mi ochotně odpověděl na všechny otázky.

- **Dobrý den, než začneme náš rozhovor, chtěl bych Vám poděkovat za to, že jste si na mě udělal čas a odpověděl na několik otázek.**

*Nemáte vůbec zač. V našem klubu vždy pomůže mladým lidem zajímajícím se o sport a tím víc, když se zajímají o náš klub.*

- **Jaké jsou podle vás nejdůležitější činnosti sportovního manažera?**

*Sportovní manažer by měl zastávat několik důležitých funkcí, kterou jsou spojeny s vlastním chodem a propagací klubu. Důležité je zajištění kvalitních trenérů a jejich pravidelné školení, nábor hráčů, zajištění kvalitních tréninkových podmínek všech věkových kategorií a v neposlední řadě jednání s médii, sponzory a fanoušky klubu.*

- **Jakými nejvýraznějšími vlastnostmi a schopnostmi by měl disponovat sportovní manažer?**

*Určitě bych zde zařadil znalost daného sportu, znalost sportovního prostředí a také mít přehled o hráčích v mládežnických kategoriích. Nesmíme zapomínat na skauting a také na komunikaci s hráči (v mládežnických kategoriích také s rodiči).*

- **Který styl vedení ve své manažerské praxi upřednostňujete? (autokrat, demokrat, liberál)?**

*Preferuji liberální. Mám rád aktivní lidi, kteří poukazují na problémy a snaží se je řešit.*

- **Jaké jsou vaše poznatky ze spolupráce se sponzory?**

- S kolika sponzory spolupracujete?
- Máte hlavního sponzora, či více menších?
- Ovlivnila současná ekonomická krize vaši spolupráci se sponzory?

*Jako klub z regionu zasaženého největší nezaměstnaností v republice se finance shánějí velice těžce. Máme 6 sponzorů, kteří nás podporují a jednoho hlavního sponzora, kterým je největší podnik ve městě, na kterém jsme závislí, protože nám zajišťuje téměř 80% ročního rozpočtu. Dalšími menšími sponzory jsou místní podnikatelé, kteří nás podporují prostřednictvím barterového obchodu. Ovšem i my se potýkáme s ekonomickou krizí a není to ekonomickou situací takové, jaké bychom si přáli.*

- **Je vysokoškolské vzdělání důležité pro výkon profese sportovního manažera?**

*Spousta špičkových sportovních manažerů, kteří působí ve sportovních klubech, jsou bývalí aktivní sportovci a vysokoškolské vzdělání nemají. Těží ze svých zkušeností, které nasbírali, jako hráči, případně trenéři během jejich aktivní kariéry. Dle mého názoru, vysokoškolské vzdělání není stěžejním pro odvedení dobré práce ve sportovním prostředí.*

- **Jaké vidíte současné možnosti uplatnění absolventa studijního oboru sportovní management?**

*V tomhle ohledu nejsem příliš optimistický. V oboru je málo pracovních míst a ty jsou již obsazeny lidmi se zkušenostmi.*

- **V čem vidíte největší problémy současného sportovního managementu v ČR?**

*Hlavní problémem je tíživá ekonomická situace. S tím souvisí horší možnosti klubů pro budování kvalitního zázemí nebo přivedení kvalitních hráčů z domácí ligy, či zahraničí.*

- **Je zapotřebí cizí jazyk k výkonu profese manažera?**

*Tady velice stručně. 100%, ano!*

- **Chybí vám nějaké vědomosti k práci manažera?**

*Určitě ano, kdyby byla možnost stáže v zahraničním klubu, zcela jistě bych se chtěl zúčastnit. Práce v zahraničí je zcela jiná než v tuzemských podmínkách mimo jiné díky lepší ekonomické situaci, působení hráčů jiných národností a díky tomu i větší konkurenci.*

- **Jak dlouho již děláte funkci sportovního manažera?**

*Již 6 let a doufám, že ještě pár let přidám.*

- **Věnoval jste se dříve vrcholově nějakému sportu?**

*Ano věnoval, ale vážné zranění mou slibnou kariéru zastavilo.*

- **Kolik florbalových klubů působí na území města?**

*Ve městě působí jen jeden florbalový tým - 1. SC Bohumín'98. V předchozích letech zde byl ještě tým Fermente Bohumín, ale před sezónou 2014/2015 se stal součástí našeho klubu.*

- **Pocitujete konkurenci klubů z okolních větších měst?**

*Konkurenci pocítujeme hlavně v mládežnických kategoriích. V každém z okolních měst funguje florbalový klub s mládežnickou základnou, takže bohužel je pro nás opravdu složité přivést do klubu hráče z jiných měst a naopak se nám velice často stává, že hráči od nás odcházejí do větších klubů ve větších městech.*

- **Mají hráči tendence odcházet do klubů hrající vyšší ligové soutěže?**

*Ano a vždy to byl velký problém. V současnosti máme docela dobré vztahy s extraligovým týmem FBC Ostrava. Když si některý z našich hráčů chce vyzkoušet vyšší soutěž, jde do FBC většinou formou hostování. Když se chce hráč po nějaké době vrátit, má u nás dveře vždy otevřené.*

- **Kdo tvoří jádro týmu?**

*Náš tým je tvořen z 95% odchovanci. Nejsme až tak bohatý klub, abychom si mohli hráče kupovat z jiných oddílů. Proto se musíme soustředit více na výchovu mládeže.*

- **Kluboví trenéři jsou také z vlastních zdrojů?**

*Ano, trenéry máme také z vlastních zdrojů. Jsou to kluci, co kdysi hráli. U mládežnických kategorií působí také hráči, kteří jsou stále aktivní v některém z mužských týmů.*

- **Mají tito trenéři dostatečné trenérské vzdělání?**

*Co se týče trenérského vzdělání, je na tom náš klub velice dobře. Máme v klubu sedm vyškolených trenérů, dva s licenci B a pět s licenci C, což jsou druhé respektive třetí nejvyšší licence v republice. Jednou za dva roky pro trenéry probíhá doškolovací seminář.*

- **Které další sportovní oddíly působí na území města? Vidíte v nich konkurenci?**

*V Bohumíně působí další sportovní kluby – fotbal, hokej, tenis, taneční soubory atd. Konkurence to samozřejmě je, hlavně pak v mládežnických kategoriích*

- **Snažíte se navyšovat členkou základnu?**

*Členskou základnu se snažíme navyšovat v podstatě celoročně stálým hráčským nábořem. Pořádáme také různé turnaje pro děti. Jedná se o turnaje mezi školami, nebo také letní turnaje City Cafe a Co kdyby...open.*

- **Je možné vidět hráče 1. SCB Bohumín '98 i jinde než na ligových turnajích?**

*V sezóně, která nás čeká, se zúčastníme Poháru České pojišťovny. Dále bychom chtěli absolvovat jeden nebo dva letní turnaje. Konkrétně vybráno nemáme. Před příští sezónou bychom chtěli určitě obnovit naši tradici na největším tuzemském turnaji – Czech Openu.*

## 5 Shrnutí výsledků šetření, návrhy a doporučení

Na základě SWOT analýzy a rozhovoru s manažerem klubu Jiřím Habramem jsem došel k několika závěrům, které mohou pomoci vylepšit dosavadní koncepci klubu.

Management klubu si je plně vědom toho, že mužské kategorie hráčů tvoří převážně vlastní odchovanci, a proto je nutné neustále zkvalitňovat práci s mládeží. Rovněž finanční příspěvky města závisí na velikosti členské základny v dětských kategoriích. Velké možnosti vidím ve zlepšení vzájemné spolupráce mezi klubem a rodiči. Rodiče by mohli větší mírou podpořit své děti účastí na ligových turnajích a pomáhat klubu při organizaci domácích zápasu a turnajů. Bohumínský klub si je vědom toho, že s prací s mládeží je před nimi ještě dlouhá cesta. Členská základna a výsledky v mládežnických kategoriích nejsou uspokojivé. K zlepšení situace by mohly přispět opakované náборы nových hráčů na školách i na dětských turnajích, které klub každoročně pořádá. Mládežnické kategorie by měli vést zkušení trenéři, kteří týmy vedli už v minulosti a ne trenéři bez praxe, jako je to dnes. Trenéři musí zapracovat na tom, aby jejich tréninkové jednotky byly pro děti natolik zajímavé, aby dlouhodobě neztrácely zájem hrát právě florbal.

V minulých letech byl bohumínský klub ambiciózním klubem, který měl jasný cíl – postup v lize směrem nahoru. V současnosti tomu tak není. Za muže „A“ hrají stále ti stejní hráči, jako před 10-15 lety, kteří již tyto ambice nemají a stačí jim účast v nižší lize. Své místo v sestavě považují za samozřejmost a nechtějí mezi sebe pustit mladé ambiciózní hráče z juniorky nebo jiných oddílů. Úkolem pro vedení klubu, je přesun těchto hráčů do „B“ týmu, případně do ligy veteránů a vybudování mladého perspektivního „A“ týmu. Dosažení těchto cílů může klubu dopomoci spolupráce s větším stabilním klubem, disponujícím širokou členskou základnou.

Velký potenciál Bohumína se otevírá vybudováním nové víceúčelové haly. Zatím je to moc krátká doba, klub v ní hraje od srpna 2014, aby dokázal její potenciál plně využít. Dvakrát týdně v hale trénují, čtyřikrát do roka uspořádají domácí ligová utkání, jednou za rok turnaj O pohár 1. SC Bohumín '98 a nově i Bospor Women's cup. Pro začátek je to správná cesta, ale pro zviditelnění florbalu ve městě a okolí, je to stále málo. Hala je součástí sportovně rekreačního areálu města, nabízí tedy další možnosti využití:

- Florbalové soustředění – za celou dobu existence klubu nebylo pro hráče žádné soustředění zorganizováno, v současnosti díky nové hale, má klub k tomu ideální podmínky,

- florbalové kempy – kempy fungují po celé České republice pod vedení zkušených českých reprezentantů. Díky nové hale by nebylo problémem uspořádat jeden z kempů i v Bohumíně,
- televizní utkání v Bohumíně – na základě zkušeností z jiných měst by se i Bohumín mohl pokusit domluvit na spolupráci s extraligovými Vítkovicemi, či FBC Ostrava a uspořádat utkání před kamerami České televize v Bohumíně. Výrazně by to prospělo k propagaci florbalu ve městě. Díky televiznímu vysílání by mohli projevit zájem o podporu bohumínského klubu další sponzoři,
- uspořádání MČR žáků ve florbalu – už v minulých letech, kdy ještě nedisponoval víceúčelovou halou, měl Bohumín ambice pořádat žákovské mistrovství republiky. Postupem času se od této myšlenky upustilo, ale nyní s novou halou by nebylo marné, začít o této velké akci znovu uvažovat. Byla by to jedna z možností, jak zvýšit zájem dětí o florbal a přilákat nové sponzory.

Chod klubu je závislý na neustálém hledání nových sponzorů, další finanční prostředky by klubu mohlo přinést prodávání propagačních materiálů během zápasů a turnajů. Během podzimu 2014, klub rozjel novou verzi webových stránek, které obsahují i kvalitní fanshop s klubovými suvenýry a oblečením.

Zatím je o této nabídce velmi malá informovanost mezi fanoušky a širokou veřejností. Klub by měl nabídku fanshopu více medializovat – OKO, T.I.K., sociální sítě.

Důležitým krokem klubu by měla být větší informovanost hráčů a veřejnosti o dění v klubu a jeho fungování. Zapojit hráče do organizace turnajů, nabídnout jim pozice trenérů, asistentů, vedoucích družstev apod.

## 6 Závěr

K účelům své bakalářské práce jsem si vybral florbalový klub 1. SC Bohumín'98. Již řadu let jsem aktivním členem tohoto klubu, a proto mám k tomuto tématu velmi blízko. Cílem práce bylo analyzovat marketingové snažení klubu. Díky materiálům, které mi pomohly sestavit SWOT analýzu a rozhovoru s manažerem klubu Jiřím Habramem, jsem cíl splnil.

V první části mé bakalářské práce jsem se zaměřil na teoretické vymezení pojmů, které mi pomohly při vypracování tématu. Pojmy jsem si vyhledal především v odborné literatuře a na internetu. V práci popisuji pojmy, jako jsou manažer, sportovní manažer, marketing, marketingový mix, reklama, sponzoring, SWOT analýza aj.

Na úvod praktické části se zaměřuji na historii klubu a dále na organizační strukturu a náplň jednotlivých funkcí. Pomocí marketingového mixu jsem zjistil základní informace o klubu a jeho sponzorech. Tyto informace a rozhovor s manažerem mi pomohly sestavit SWOT analýzu, díky které jsem poukázal na silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby klubu.

Zjistil jsem, že 1. SC Bohumín'98 je dobře fungujícím oddílem, který si však dobře uvědomuje své slabé stránky a hrozby. I nadále by se měl snažit přivést mládež k florbalu a neměl by se spokojovat se současným stavem. Také by se měl klub snažit i nadále pokračovat v pořádání turnajů a více využívat potenciál nové víceúčelové haly.

Závěrem bych chtěl poděkovat vedení klubu za nahlédnutí do interních klubových materiálů, za poskytnutí rozhovoru a za to, že kdykoliv si na mě udělali čas. Doufám, že má práce bude přínosem pro samotný florbalový klub.

## Seznam použité literatury

### Odborné knihy

- [1] ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management a marketing sportu*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2009, 225 s. ISBN 978-80-7376-150-9.
- [2] DURDOVÁ, Irena. *Ekonomické aspekty sportovního managementu*. 1. vyd. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2012, 268 s. ISBN 978-80-248-2529-8.
- [3] DURDOVÁ, Irena. *Sociální, ekonomické a etické aspekty současného sportovního prostředí*. 1. vyd. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2011, 127 s. ISBN 9788024824390.
- [4] DURDOVÁ, Irena. *Sportovní management*. 1. vyd. Ostrava: Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava, 2002, 121 s. ISBN 8024801302.
- [5] FORET, Miroslav, Petr PROCHÁZKA a Tomáš URBÁNEK. *Marketing: základy a principy*. Vyd. 2. Brno: Computer Press, 2005, vi, 149 s. Praxe manažera (Computer Press). ISBN 80-251-0790-6.
- [6] JAROŠOVÁ, Darja. *Metodologie výzkumu*. 1. vyd. Ostrava: Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava, 2007, 69 s. ISBN 9788024812861.
- [7] KYSEL, Jiří. *Florbal: kompletní průvodce*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 141 s. Sport extra. ISBN 978-80-247-3615-0.
- [8] LEDNICKÝ, Václav. *Základy managementu*. Vyd. 5., 1. vyd. v Repronisu. Ostrava: Repronis, 2007, 165 s. ISBN 978-80-7329-148-8.

### Zahraniční zdroje

- [9] KOTLER, Philip. *A framework for marketing management*. 3rd ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall, 2007, xxii, 360 p. ISBN 01-314-5258-4.



## Internetové zdroje

[10] ČESKÁ FLORBALOVÁ UNIE. *Historie florbalu v ČR*. [online]. [8. 3. 2015].

Dostupné na: <https://www.ceskyflorbal.cz/cfbu/informacni-deska/historie/historie-v-cr>

[11] ČESKÁ FLORBALOVÁ UNIE. *Předpis soutěže Regionální liga mužů – skupina 7*. [9. 3. 2015].

Dostupné na: [https://www.ceskyflorbal.cz/files/competitions\\_1155\\_prescription.pdf/](https://www.ceskyflorbal.cz/files/competitions_1155_prescription.pdf/)

[12] ČESKÁ FLORBALOVÁ UNIE. *1. SC Bohumín '98*. [5. 5. 2015].

Dostupné na: <https://www.ceskyflorbal.cz/druzstvo/12019>

[13] ČESKÁ FLORBALOVÁ UNIE. *1. Struktura soutěží řízených ČFbU*. [9. 5. 2015].

Dostupné na: <https://www.ceskyflorbal.cz/cfbu/regiony/olams/souteze>

[14] FLORBALOVÝ KLUB 1. SC BOHUMÍN'98. *Historie*. [11. 5. 2015].

Dostupné na: <http://www.florbalbohumin.cz/cz/historie/>

[15] FLORBALOVÝ KLUB 1. SC BOHUMÍN'98. *Partneři*. [12. 5. 2015].

Dostupné na: <http://www.florbalbohumin.cz/cz/partneri/>

[16] SUNMARKETING. *SWOT analýza*. [8. 4. 2015].

Dostupné na: <http://www.sunmarketing.cz/nastroje/slovník/swot-analyza>

## Seznam zkratek

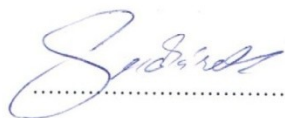
ČFbU	Česká Florbalová Unie
DDM	Dům dětí a mládeže
FBC	Floorball Club
Kč	Koruna česká
MS	Mistrovství světa
SC	Salibandy Club
T.I.K.	Televizní informační kanál
TJ	Tělovýchovná jednota
VŠE	Vysoká škola ekonomická
ZŠ	Základní škola
ŽD	Železárny a drátovny

## Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- byl jsem seznámen s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje bakalářské práce budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 8. 7. 2015



Pavel Suchánek

## Seznam použitých obrázků

Obrázek 2.1 Schéma klíčové marketingové koncepce .....	7
Obrázek 2.2 SWOT analýza.....	14
Obrázek 3.1 Historické logo 1. SC Bohumín '98 .....	19
Obrázek 3.2 Současné logo klubu .....	22
Obrázek 3.3 Schéma týmů pro sezónu 2014/2015 .....	23
Obrázek 3.4 Schéma organizační struktury 1. SC Bohumín '98 .....	25

## Seznam použitých grafů

Graf 2.1 Důvody firem pro využívání sponzorování týmu .....	12
Graf 3.1 Získané finanční prostředky za sezónu 2014/2015 .....	27

## Seznam použitých tabulek

Tabulka 4.1 Členské příspěvky pro sezónu 2014/2015.....	28
Tabulka 4.2 Přehledná tabulka SWOT analýzy .....	34

## Seznam příloh

PŘÍLOHA 1 Plakát mládežnického florbalového turnaje City Cafe open.....	1
PŘÍLOHA 2 Plakát ženského turnaje Bospor Women´s cup.....	1
PŘÍLOHA 3 Žádost o dotaci z města na pořádání turnaje City Cafe open v roce 2011 .....	2
PŘÍLOHA 4 Žádost o dotaci z města na činnost florbalového klubu 1. SC Bohumín'98 .....	4
PŘÍLOHA 5 Žádost o poskytnutí nadačního příspěvku Nadace OKD na uspořádání turnajů City Cafe open a Co kdyby...open.....	6

**PŘÍLOHA 1 Plakát mládežnického florbalového turnaje City Cafe open**

**city cafe open**

**FLORBALOVÝ TURNAJ** pro mladší a starší žáky  
**PONDĚLÍ 9. ZÁŘÍ** od 14:00, prostor **před city cafe**

**DOPROVODNÝ PROGRAM PO CELÉ ODPOLEDNE**  
DJ - OBČERSTVENÍ - WEYKICK - TOMBOLA - RC MODELY - BARMANSKÁ SHOW

**1. SC Bohumín '98**

**city cafe**

naďace OND  
CO KDYBY... →  
cafe, cocktails, bar

**Město Bohumín**  
PARTNER MLÁDEŽNICKÉHO SPORTU

**K3 BOHUMÍN**

**SC sport-core..** **SU sport-up..** **tv marko**

**PŘÍLOHA 2 Plakát ženského turnaje Bospor Women's cup**

**BOSPOR WOMEN'S CUP 2014**  
**Ostrava / Bohumín, 6. - 7. září**  
reprezentace žen ČR + 5 extraligových týmů z ČR a SKI

**více na** [sport-up.cz](http://sport-up.cz)  
[florbalbohumin.cz](http://florbalbohumin.cz)

**OSTRAVA!!! EUROPEAN CITY OF SPORT 2014**

**SPORTOVNÍ CENTRUM BOSPOR**

**Bohumín**

**city cafe**

**SU sport-up**

**B98**

**bohumínské videostudio tv marko**  
[www.tvmarko.cz](http://www.tvmarko.cz)

## PŘÍLOHA 3 Žádost o dotaci z města na pořádání turnaje City Cafe open v roce 2011

Příloha č. 3

Přijato na MěU dne .....

C.j.: .....

### Žádost o dotaci z rozpočtu města na pořádání akce v roce 2011

☒

SPORT

☐

KULTURA

☐

OSTATNÍ ZÁJMOVOST

Název a sídlo/adresa žadatele: 1. SC Bohumín'98, fotbalový klub

IC: 26547767 Cílo účtu / peněžní ústav: 865200490297/0100 Statutární zástupce: Ondřej Veselý

Adresa bydliště: Štefánikova 1149, 73581 Bohumín tel.: 603448235 e-mail: sekretar@fotbalbohumin.cz

Garant akce: ..... tel.: ..... e-mail: .....

Název akce: CITY CAFE OPEN (fotbalový turnaj pro mladší a starší žáky)

Datum konání: čtvrtek 01. září 2011

Místo konání: tř. Dr. E. Beneše

Celkový rozpočet na akci: 31 800,- Kč požadovaná výše příspěvku: 15 000,- Kč

Charakter akce/komu je určena: registrovaná i neregistrovaná tříletná fotbalová družstva, akce pro veřejnost

Předpokládaný počet startujících/účinkujících: 2x8 družstev / 80 účastníků výše startovního: 30,- Kč / tým

Výše vstupného: 0,- Kč kapacita diváků: 100 / 300

Propagace bude provedena v: fotbalbohumin.cz, OKO, TIK, cfbu.cz, regionální deníky, vývěsní místa

Schváleno <u>S-ČL. komise</u> dne ..... částka ..... Kč podpis .....
Komise kultury - Komise sportu - Komise živ. prostředí - Komise pro VaV d o p o r u č u j e : dne ..... částku ..... podpis .....
Finanční výbor d o p o r u č u j e : dne ..... částku ..... podpis .....
OŠKaS d o p o r u č u j e : dne ..... částku ..... podpis .....
Schváleno <u>ZM</u> dne ..... usnesením č. .... částka ..... Kč



**Komentář k žádosti:**

- další konkretizující údaje o akci
- položkový rozpis celkových nákladů na akci (co nejpřesnější předpokládaný rozpočet)
- účel užití dotace města + rozpis peněž. částek

Atraktivní fotbalové klání žáků pod širým nebem přímo v centru města na tř. Dr. E. Beneše. Jedinečná příležitost,

jak seznámit s fotbalem širokou veřejnost a letos upoutat také zajímavým doprovodným programem pro širokou veřejnost.

Zkušenostmi a vlastním vybavením se nám podařilo optimalizovat náklady akce (snížení nákladů o cca. 5 000,- Kč)

Pozvánky a propozice akce budou k dispozici od května.

**Rozpočet akce:**

pronájem mobilní hrací plochy 18x9m a bezpečnostních zábran	6 000,- Kč
2x rozhodčí (5 hod.)	1 000,- Kč
přeprava materiálu (plocha, stojany na reklamy, zábrany, podium)	1 500,- Kč
pronájem časomíry, 4x pořadatelská služba, 2x zapisovatel (5 hod.)	2 000,- Kč
ceny pro první tři týmy (2 kategorie)	3 000,- Kč
propagace (plakáty A3, bantex, reklamní monitory, bulletin, autogramiada)	1 000,- Kč
občerstvení pro účastníky	2 000,- Kč
ozvučení 8kW, 2x zvukař (2x45 min. hud. vystoupení + 2 hod. program)	5 000,- Kč
moderátor (4 hod.)	1 500,- Kč
2x hud. skupina, 1x DJ, 1x exhibiční vystoupení – florb. freestyle	5 000,- Kč
podium K3 (zapůjčení, instalace)	3 000,- Kč
ostatní (tisk tabulek, ID pasy, spotřební materiál...)	800,- Kč
<b>Celkem</b>	<b>31 800,- Kč</b>

\* Město Bohumín

V Bohumíně dne 22. ledna 2010

Ondřej Veselý  
razítko a podpis žadatele



# PŘÍLOHA 4 Žádost o dotaci z města na činnost florbalového klubu 1. SC Bohumín '98

Příloha č. 1

Žádost o poskytnutí dotace z rozpočtu města na sportovní a ostatní zájmovou činnost

v roce 2011

název subjektu (žadatele)	1. SC Bohumín '98
sídlo subjektu (adresa)	Komenského 1150, 735 81 Bohumín
adresa pro zasílání korespondence (iště či se od sídla)	Stefánikova 1149, 735 81 Bohumín
IC, DIČ	26547767, 368-26547767
číslo účtu	86520049029770100
název www stránek (pokud existují)	www.florbalbohumin.cz
statutární zástupce (neopř. předs., starosta, prezident ap. - jméno, adresa, tel., e-mail)	Igor Bruzl, prezident Nerudova 975, 735 81 Bohumín 731 422 248, bruza.igor@mubo.cz
příp. jiná kont. osoba (jméno, adresa, tel., mobil, e-mail)	Ondřej Veselý, jednatel Štefánikova 1149, 735 81 Bohumín 603 448 235, sekretar@florbalbohumin.cz

Dále vyplni pouze sportovní subjekty, které žádají o poskytnutí dotace na výkonnostní sport (žadatel, který pod sebou sdružuje více sportovních oddílů, vyplní tuto část žádosti pro každý oddíl samostatně):

registrační číslo při ČSTV	3803167
název a adresa zastřešující organizace (unie, svazu, apod.)	Česká florbalová unie Pod Děkanou 82, 140 21 Praha 4
tel., e-mail, www	261 219 549, info@cfbu.cz, www.cfbu.cz
registrační číslo oddílu	6250181
způsob registrace člena, délka platnosti a cena (licence, reg. příkaz ap.)	registrace člena je zdarma licence pro tým do 16 let je 1800,- Kč za tým a sezonu licence hráče nad 16 let je 500,- Kč za sezonu
pocet: registrovaných sportovců a závodních družstev (uvést které to jsou, kolik mají členů a jaké soutěže se účastní)	5 týmů (74 hráčů s licenci, 15 v přípravce, 10 registrovaných) přípravka (soutěž na Moravě), 15 mladší žáci, 1. liga (soutěž na Moravě), 18 dorost, 2. liga (soutěž na Moravě), 18 muži A, 3. liga (celostátní soutěž), 20 muži B, 7. liga (soutěž na Moravě), 18
přihlášky do soutěží + soupisky (pokud ano, doložit v příloze kopie)	ano odeslány komu: CFBU, segeta@cfbu.cz
předpoklad nároku na poskytnutí výkonnostní dotace (stručná rekapitulace umístění v soutěžích v uplynulé sezóně – družstva, jednotlivci – uvést oficiální zdroj těchto výsledků pro možnost ověření; noví žadatelé doloží formou příloh výsledkové listiny, tabulky, šebíčky apod., stávající přilehají již doložit jako soutěže vytvoření)	viz. příloha
souhrn jednotlivých částek startovního (zaplacených žadatelem v uplynulé sezóně)	19 100,- startovné a kauce do lig. soutěží (4 týmy) 77 000,- pořádání domácích ligových turnajů

	8 000,- startovné na neligových turnajích (3x)
naklady na uspořádání 1 soutěž. dne v domácím prostředí (utkáni/tumaj)	hala 500,- za hodinu (5-8 hod.), mantinely 1 000,- rozhodčí 150,- až 400,- Kč za utkání x 2 (podle kategorie), pořadatelská služba a zdrav. 1 000,- 6-10 000,- Kč za ligový turnaj (podle věkové kategorie)
príspevky na 1 člena dle věkových kategorií (pokud se liší)	členské: - četnost plateb: - celk./rok: - (nahrazuje platba člena DDM tj. 10x100,- Kč tj. 1000,- / rok)  oddílové: četnost plateb: celk./rok: přípravka 0 x 0,- Kč = 0,- (plná podpora klubu) mladší žáci 7 x 150,- Kč = 1 050,- dorost 7 x 200,- Kč = 1 400,- muži A 7 x 300,- Kč = 2 100,- muži B 10x 200,- Kč = 2 000,-  pozn.: všichni navíc hradí tzv. členské (viz. DDM)
místo(a) konání tréninku (adresa(y), kontaktní osobě(y), tel.)	DDM Bohumín, Jansáčkova 715, 735 81 Bohumín Ondřej Veselý, 603 448 235 (srpen – červen)  Na Kuželně, Fugnerova, 735 81 Bohumín správce, 739 284 431 (p. Kica) (v období květen – červen, srpen – září)
aktuální cena za tréninkovou jednotku (je-li více míst pak průměrně)	cena/jedn.: - celk./rok: - trénink probíhá v DDM a Na Kuželně, každý hráč platí 800 – 1 000,- za rok (dle věkové kategorie)
tréninkové jednotky mimo Bohumín (kde, cena)	kde: TJ Místo, Ostrava (vedle OC Futurum) <a href="http://www.tj-misto.cz">www.tj-misto.cz</a> cena/jedn.: 500,- Kč / hod. celk./rok: cca. 10 000,- (bez dopravy a dalších nákladů)
planované investice a opravy v roce 2011 (účel, částka, spoluúčast)	nová sada dresů (15 000,-)  pod čarou, dle zisku sponzorských darů: nákup automobilu pro přepravu hráčů (120 000,-)
Planovaná akce pro veřejnost (název, měsíc konání)	City cafe open (září), Pohár T.SCB'98 (srpen), Amater open Cup (srpen)

V Bohumíně dne 10. ledna 2011

Zpracoval - jméno: Ondřej Veselý

## PŘÍLOHA 5 Žádost o poskytnutí nadačního příspěvku Nadace OKD na uspořádání turnajů City Cafe open a Co kdyby...open



**SRDCOVKA** - miniGranty Nadace OKD

### Žádost o poskytnutí nadačního příspěvku Nadace OKD

#### I. Údaje o žadateli

Údaje o zaměstnanci, který je patronem projektu:	
Jméno, příjmení a titul	
Zaměstnavatel:	
Pracoviště:	
Adresa bydliště:	
Email:	
Telefon:	

Údaje o organizaci, pro kterou zaměstnanec žádá finanční příspěvek:	
Jméno organizace:	Dům dětí a mládeže Bohumín, příspěvková organizace
Sídlo organizace:	Janáčkova 715, 735 81 Bohumín
Právní forma:	příspěvková organizace
IČ:	75083051
Webové stránky:	<a href="http://www.ddmbohumin.cz">www.ddmbohumin.cz</a>
E-mail:	<a href="mailto:info@ddmbohumin.cz">info@ddmbohumin.cz</a>
Telefon:	734 788 660
Jméno statutárního zástupce:	Mgr. Ondřej Veselý
Telefon:	603448235
E-mail:	<a href="mailto:vesely.ondrej@ddmbohumin.cz">vesely.ondrej@ddmbohumin.cz</a>

Vztah zaměstnance k organizaci:	
Jaká je Vaše role a jak se zapojujete do aktivit organizace?	
Jak dlouho v organizaci působíte?	
Pobíráte v rámci organizace nějakou odměnu, případně jakou?	

Prokeřovo nám. 8/2020  
728 30 Ostrava  
t: 698 282 118, f: 698 282 085  
e: [info@nadsceokd.cz](mailto:info@nadsceokd.cz)  
[www.nadsceokd.cz](http://www.nadsceokd.cz)

Identifikační číslo: 278 32813  
č. účtu: 2883882 / 0800  
Nadsce OKD je zapsaná v nadačním  
rejstříku u Krajského soudu v Ostravě  
oddíl N, č. vložky 280

**II. Popis projektu**

Údaje o projektu:	
Název projektu:	???? 2012
Datum zahájení projektu:	3. září 2012
Datum ukončení projektu:	12. října 2012
Celkové náklady na projekt:	64 000,- Kč
Požadovaný finanční příspěvek od Nadace OKD:	44 000,- Kč

**Popište podstatu projektu a jeho hlavní cíl (max. 8 řádků)**

Cílem akce s názvem ???? 2012 je uspořádat open air florbalové turnaje v Bohumíně, Havířově a Ostravě – Porubě, kde celá „tour“ vyvrcholí finálovým dnem. Ve vybraných městech proběhne atraktivní jednodenní florbalový turnaj pod širým nebem, kterého se účastní florbalové týmy sestavené z řad základních škol z daného místa a jeho okolí. Na každém turnaji turnaje budou vyhlášeny tři nejlepší florbalové týmy v každé kategorii, které budou oceněny a zároveň postoupí do finále v Ostravě - Porubě. Cílem této akce je podpořit děti a mládež k aktivnímu zapojení do společenského a kulturního života na lokální úrovni a motivace účastníků k vyhledání a zapojení se do volnočasových aktivit Domů dětí a mládeže v regionu.

**Popište v bodech jednotlivé aktivity včetně časového plánu (odrážky)**

- Formální ustanovení projektového týmu, zajištění lidských, prostorových a technických kapacit. Samotná realizace projektu. Termín realizace: červen - červenec 2012
- Prezentace projektu, včetně medializace. Zajištění cílové skupiny z řad základních škol. Příprava doprovodného programu. Termín realizace: srpen 2012
- Realizace ???? 2012. Zajištění organizačního týmu, výstavby hřiště, zajištění ostatních lidských, prostorových a technických kapacit. Ostatní činnosti související s realizací akce. Samotná realizace a publicita. Termín realizace: září - říjen 2012

**Definujte cílovou skupinu – pro koho je projekt určen (dětí, senioři...+ počet)**

Akce je určena pro žáky základních škol. Mladší žáci r. nar. 2000 a mladší, starší žáci tj. r. narození 1997 a mladší.

**Přímí účastníci (hráči) + nepřímí účastníci (návštěvníci akce)**

a) děti a mládež = 180 + 400 = 580  
b) dospělí = 0 + 440 = 440  
CELKEM 1 020

V každém z vybraných míst proběhne přímé zapojení účastníků do projektu. Druhou skupinou účastníků budou diváci nejen z řad škol, ale i široké veřejnosti. Pro cílovou skupinu bude určen také doprovodný program.



<b>Jak se Vy osobně zapojíte do projektu a kolik mu budete věnovat času?</b>
<b>Spolupracující osoby a organizace (např. dobrovolníci, město, občanské sdružení...)</b>
Dům dětí a mládeže Bohumín, příspěvková organizace 1. SC Bohumín '98, florbalový klub T.I.K. Bohumín, kabelová televize Bohumín O. S. Mládež City cafe Bohumín Co kdyby... Ostrava a Havířov
<b>Popište kdo a v jaké výši se podílí na financování projektu.</b>
Dům dětí a mládeže Bohumín, p. o. xxxx,- Kč 1. SC Bohumín '98 xxxx,- Kč City cafe Bohumín, Co kdyby Ostrava a Havířov xxxx,- Kč
<b>Jakým způsobem budete Nadaci OKD jako partnera projektu prezentovat?</b>
Publicita projektu bude tak realizována s využitím následujících informačních kanálů: - letáky projektu, které budou distribuovány cílovým skupinám (mládež, děti, rodiče s dětmi, školy, organizace zabývající se sportovními činnostmi) a širokému okolí. - reklama okolo florbalového hřiště (mantinely) - tisková konference se zástupci médií - relace v místních médiích, Televizní Informační Kanál Bohumín a jiné vztahující se k městem či jeho částí, kde se bude akce realizovat. - články v tisku – Deník, městské noviny OKO a jiné. - internetové stránky florbalový klub Bohumín, město Bohumín, Dům dětí a mládeže Bohumín, K3 Bohumín, Bohumín.cz, city-cafe.cz, cokdyby.cz a dále na internetových portálech spolupracujících subjektů a měst, kde se bude akce realizovat. - on-line videoprezentace - především v síti městských kaváren City cafe a Co kdyby... - prezentace projektu - ostatní provozovatelé sportovních činností, zejména florbalové kluby, základní a školy. Ve všech případech bude použita informace „financováno z Nadace OKD (?)“ a vizuální identita OKD a to i prostřednictvím účetních dokladů, formulářů a jakéhokoliv výstupu projektu.

## III. Rozpočet projektu

Prokečovo nám. 8/2020  
728 00 Ostrava  
t: 698 282 113, f: 698 282 085  
e: info@nadaceokd.cz  
www.nadaceokd.cz

Identifikační číslo: 278 32313  
š. účtu: 2883892 / 0800  
Nadace OKD je zapsaná v nadačním rejstříku u Krajského soudu v Ostravě oddíl N, š. vložky 280



## SRDCOVKA - miniGranty Nadace OKD

Do následující tabulky rozepíšete odhad výše finančních prostředků, které budete pro realizaci projektu potřebovat. V každé kategorii (tučně označené) doplňte konkrétní položky podle vašeho záměru (přidejte další řádky podle potřeby). Každé položce by měl odpovídat jeden řádek tabulky.

Název nákladové položky	Celkem	Požadováno z grantu Nadace OKD
<b>1. Osobní náklady</b> (např. koordinace projektu, účetní atd.)		
<b>2. Materiálové náklady</b> (např. kancelářské potřeby atd.)		
<b>3. Cestovné</b> (ne PHM)		
<b>4. Služby</b> (poštovné, nájem, hovorové, honoráře, smlouva o dílo atd.)		
<b>Celkem Kč</b>		

#### IV. Prohlášení

Prohlašuji, že veškeré údaje uvedené v předložené žádosti jsou pravdivé a odpovídají skutečnosti. Souhlasím s případným zařazením všech údajů z této žádosti o grant a z průběhu projektu do informační databáze přístupné veřejnosti. Osobní data budou chráněna v souladu se zněním zákona č. 101/2000 Sb. o ochraně osobních údajů.

Jméno a příjmení patrona (zaměstnance): .....

Podpis: .....

Datum: .....

Jméno a příjmení statutárního zástupce: .....

(pokud se liší od patrona):

Podpis: .....

Datum: .....

Prokešovo nám. 6/2020  
728 30 Ostrava  
t: 696 262 118, f: 696 262 085  
e: info@nadaceokd.cz  
www.nadaceokd.cz

Identifikační číslo: 278 32813  
č. účtu: 2868892 / 0800  
Nadace OKD je zapsaná v nadačním  
rejstříku u Krajského soudu v Ostravě  
oddíl N, č. vložky 230



## SRDCOVKA - miniGranty Nadace OKD

---

Kompletně vyplněnou žádost podejte buď:

- a) poštou - vytištěnou, podepsanou a orazitkovanou osobně do Nadace OKD, Prokešovo nám. 8/2020, 728 30 Ostrava, Moravská Ostrava k rukám Veroniky Kusé
- b) osobně - vytištěnou, podepsanou a orazitkovanou poštou na výše uvedenou adresu
- c) emailem - vytištěnou, podepsanou, orazitkovanou a naskenovanou na email: [kusa@nadaceokd.cz](mailto:kusa@nadaceokd.cz)

Prokešovo nám. 8/2020  
728 30 Ostrava  
t: 598 282 118, f: 598 282 086  
e: [info@nadaceokd.cz](mailto:info@nadaceokd.cz)  
[www.nadaceokd.cz](http://www.nadaceokd.cz)

Identifikační číslo: 278 32 813  
ž. odtu: 2868882 / 0800  
Nadace OKD je zapsaná v nadačním  
rejstříku u Krajského soudu v Ostravě  
oddíl N, ž. vložky 280